

**JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN SHARE IN  
JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**(Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata  
Satu Sarjana Hukum (S.H)**



**Oleh**

**Ismiatul Qomariyah Syamu**

**NIM 17220140**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2021**

**JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN SHARE IN  
JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**(Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata  
Satu Sarjana Hukum (S.H)**



**Oleh**

**Ismiatul Qomariyah Syamu**

**NIM 17220140**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,  
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN SHARE  
IN JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN

(Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 31 Mei 2021

Penulis



Ismiatul Qomariyah Syamu

NIM 17220140

## HALAMAN PERSETUJUAN

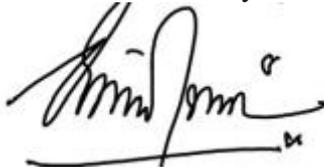
Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Ismiatul Qomariyah Syamu NIM: 17220140 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

### **JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN SHARE IN JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**(Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat - syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.HI.  
NIP 197408192000031002

Malang, 31 Mei 2021  
Dosen Pembimbing,



Ramadhita, M.HI.  
NIP 198909022015031004



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS SYARIAH  
Jl. Gajayana 50, Malang, Kode Pos 65144  
Website: www,syariah.uin.malang.ac.id Telp. (0341) 551354

### BUKTI KONSULTASI

NAMA : Ismiatul Qomariyah Syamu  
NIM : 17220140  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : Ramadhita, M.HI.  
Judul Skripsi : **JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN  
SHARE IN JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG -  
UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Pandangan  
Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)**

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Kamis, 18 Maret 2021	Revisi Proposal	1. <i>Pr</i>
2	Kamis, 25 Maret 2021	ACC BAB I	2. <i>Pr</i>
3	Senin, 5 April 2021	BAB II	3. <i>Pr</i>
4	Sabtu, 17 April 2021	ACC BAB II	4. <i>Pr</i>
5	Senin, 27 April 2021	BAB III	5. <i>Pr</i>
6	Senin, 3 Mei 2021	Konsultasi BAB III	6. <i>Pr</i>
7	Selasa, 11 Mei 2021	Revisi BAB III	7. <i>Pr</i>
8	Jum'at, 21 Mei 2021	ACC BAB III, dan Konsultasi BAB IV	8. <i>Pr</i>
9	Jum'at, 28 Mei 2021	Revisi BAB IV	9. <i>Pr</i>
10	Senin, 31 Mei 2021	ACC Abstrak dan BAB IV	10. <i>Pr</i>

Malang, 31 Mei 2021  
Mengetahui,  
a.n Dekan  
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.  
NIP 197408192000031002

## PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi Saudara Ismiatul Qomariyah Syamu, NIM 17220140, mahasiswa Program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN SHARE IN  
JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN  
(Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai A

Dengan Penguji

1. Risma Nur Arifah, S.HI., M.H.  
NIP. 198408302019032010

()  
Ketua

2. Ramadhita, M.HI.  
NIP. 198909022015031004

()  
Sekretaris

3. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H.  
NIP. 1972121220060411004

()  
Penguji Utama

Malang, 25 Juni 2021  
Dekan Fakultas Syariah

Dekan,

()  
Dr. Sindirman, M.A.  
NIP. 197708222005011003

## **MOTTO**

**“Semua orang mengalami saat – saat menyedihkan, tapi semuanya akan berlalu. Jika kau bisa bertahan sedikit lagi, semuanya akan berlalu. Percayalah, ini sungguh akan berlalu”.**

**(Healer)**

**لا تحزن ان الله معنا**

**“Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita.”**

**(QS At Taubah 40)**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alamin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: **“Jaminan Originalis Produk Skincare Kemasan Share In Jar Di Online Shop Perspektif UU Perlindungan Konsumen (Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)”** dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar'i. Dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir kiamat. Amien.

Dengan segala pengajaran, bimbingan/pengaraan, serta bantuan layanan yang telah diberikan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tiada taranya kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, MA selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.H.I selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Suud Fuadi, S.H., M.EI selaku Dosen Wali penulis selama menempuh studi di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis haturkan terima kasih kepada beliau yang

telah memberikan arahan, bimbingan, saran serta motivasi selama menempuh perkuliahan.

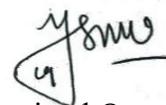
5. Ramadhita, M.HI. selaku Dosen Pembimbing penulis, terima kasih penulis haturkan atas waktu yang diberikan untuk bimbingan, arahan, semangat serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H. selaku Penguji Utama, terima kasih atas bimbingan dan juga arahan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Risma Nur Arifah, S.HI., M.H. selaku Ketua Penguji, terima kasih atas bimbingan dan juga arahan yang telah diberikan kepada penulis demi kelancaran dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Segenap jajaran Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah banyak berperan aktif di dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis.
9. Staf Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terima kasih atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Orang tua penulis, Bapak Mongin selaku ayah tiri dan Ibu Siti Mahmudah selaku ibu kandung penulis, yang tiada henti selalu mendoakan, memberikan dukungan untuk penulis, motivasi yang luar biasa serta harapan dan doa selalu menjadi pengiring langkah sehingga dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

11. Afifah Alfiyanti dan Riza Lailatun, teman seperjuangan yang telah ikut berperan dalam memberikan banyak bantuan, keceriaan dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Seluruh keluarga Explode, yang saling membantu berbagi ilmu, informasi dan semangat dari semester awal hingga saat ini.
13. Teman-teman S1 Hukum Ekonomi Syariah 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
14. Teman-teman terdekat penulis di Ngadirejo, Trenggalek yang memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Serta berbagai pihak yang turut serta membantu proses penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga apa yang telah diperoleh selama kuliah di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis sebagai manusia biasa yang tidak pernah lepas dari kesalahan, menyadari bahwasannya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 31 Mei 2021

Penulis,



Ismiatul Qomariyah Syamu

NIM 17220140

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. KONSONAN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sta	St	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hka	Hk	Ha
خ	KHa	Kh	Ka dan Ha (dengan titik diatas)
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik dibawah)

ظ	Za	Z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
أ/ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (A) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

## B. VOCAL

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dhammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

يَ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
وَ	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauula*

### C. MADDAH

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
يَ/أَ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
يِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : *qala*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

### D. TA MARBUTAH

*Transliterasi* untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dhammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **E. SYADDAH (TASYDID)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ó), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

Jika huruf *ì* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (iöÇ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

#### **F. KATA SANDANG**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilaadu*

#### **G. HAMZAH**

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruuna*

شَيْعُنُ : *syaiun*

أَمْرٌ : *umirtu*

## **H. PENULISAN KATA ARAB YANG LAZIM DIGUNAKAN DALAM BAHASA INDONESIA**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *alQur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

## **I. LAFZH AL-JALALAH**

Kata, Allah yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

## **J. HURUF KAPITAL**

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
BUKTI KONSULTASI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK ARAB.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Kerangka Teori.....	18
1. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen .....	18
a. Definisi Perlindungan Hukum.....	18
b. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen.....	18
2. Tinjauan Umum Tentang Skincare.....	22
a. Definisi Produk Skincare .....	22

b. Originalitas Skincare.....	25
3. Tinjauan Umum Kemasan Share In Jar.....	26
a. Pengertian Share In Jar.....	26
b. Hal Yang Harus Diperhatikan.....	27
c. Kelebihan Dan Kekurangan Share In Jar.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Pendekatan Penelitian.....	35
C. Jenis dan Sumber Data.....	35
D. Metode Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Objek Penelitian.....	40
B. Hasil Penelitian.....	41
1. Paparan Data Pandangan Konsumen Mengenai Produk Kemasan Share In Jar Yang Diperjualbelikan Di Online Shop.....	41
2. Paparan Data Terkait Jaminan Originalitas Produk Skincare Kemasan Share In Jar .....	52
C. Pembahasan.....	57
1. Pandangan Konsumen Mengenai Produk <i>Skincare</i> Kemasan <i>Share In         Jar</i> Yang Diperjualbelikan Di <i>Online Shop</i> .....	57
2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Tidak Dijaminkannya Originalis Produk Dalam Kemasan <i>Share In Jar</i> .....	60
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	77

## ABSTRAK

Ismiatul Qomariyah Syamu, 17220140, 2021, **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Jaminan *Originalitas* Produk *Skincare* Kemasan *Share In Jar* Di *Online Shop***, Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing : Ramadhita, M.HI.

---

Kata kunci: *skincare*, kemasan *share in jar*, perlindungan konsumen.

*Skincare* atau produk kecantikan identik dengan melakukan perawatan kulit. Pada dasarnya produk ini diperjualbelikan dalam bentuk kemasan *full size*, namun *trend* sekarang diperjualbelikan dalam bentuk kemasan *share in jar* (membagi isi wadah baru dengan ukuran lebih kecil). Berbagai macam produk *skincare* yang menjadi perhatian utama yang dikemas secara *share in jar* apalagi pembelian yang dilakukan di *online shop*, yangmana pembeli tidak mengetahui kebenaran dari produk tersebut, menimbulkan permasalahan mengenai originalnya produk seperti keaslian produk atau keamanan yang dijamin, kebersihan atau sterilitas wadah yang digunakan, informasi tentang pencantuman video pada saat proses pemindahan, pencantuman *expired* atau terujinya nomor bpom pada kemasan asli.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pandangan konsumen terhadap produk *skincare* kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop* dan perlindungan konsumen apabila terjadi tidak dijaminnya originalitas atau adanya unsur ketidakaslian produk. Penelitian ini termasuk dalam penelitian hukum empiris menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner (*google form*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pandangan konsumen yang diperoleh dari mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017, terdiri dalam kategori kesimpulan dari bervariasinya pandangan, yaitu pembelian produk *skincare* kemasan *share in jar* di *online shop* ini terjamin kualitasnya, tidak terjamin kualitasnya, ragu – ragu namun tetap melakukan pembelian dan tidak mempermasalahkan mengenai originalitas produknya. Produk *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar* termasuk jual beli yang diperbolehkan, selama penjual memperhatikan kewajibannya sebagai pelaku usaha dalam pasal 7 Undang – undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, apabila tidak dijaminnya originalitas produk oleh penjual, maka sesuai pasal 19 ayat 1 dan 2 diwajibkan untuk memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian atas kerugian dan pemenuhan dalam pasal 7 ayat f dan g. Serta kewajiban untuk memenuhi jaminan atau garansi yang telah diberikan atau diperjanjikan sesuai yang dijelaskan dalam pasal 26 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## ABSTRACT

Ismiatul Qomariyah Syamu, 17220140, 2021, **Legal Protection for Consumers of Guaranteed Originality of Share In Jar Packaged Skincare Products on the Online Shop**, Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Sharia Faculty of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Advisor: Ramadhita, M.HI.

---

**Keywords: skincare, share in jar packaging, consumer protection.**

Skincare or beauty products are an identical term for skin treatment primarily to the area of the face and the body. Essentially, skincare products are purchased in full size package, then there is current trend of buying in the form of share in jar (dividing the contents into new some smaller packages). The problem of this packaging is the novelty of the product, the authenticity, the guaranteed safety, the hygiene or sterility of the packages used during transfer, the information included in the video in both the transfer process and the inclusion of expire date or the number bpom on the package.

The research aimed to discuss the consumer responses toward skincare products in the form of share in jar package by online shop, and legal protection for consumer involved how the derivative of the product in this form of packaging. This research was empirical law study using qualitative approach. The data were collected by distributing questionnaires (google form). The data were analyzed using descriptive method.

The results showed that consumer views obtained from students of Islamic Economics Law, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang class of 2017, were grouped into several categories of conclusions from varying views, namely the purchase of skincare products in share in jar packaging at this online shop guaranteed quality, not guaranteed. quality, hesitated but still made a purchase and didn't have a problem with the originality of the product. Skincare products packaged in share in jar packaging include buying and selling which is allowed, as long as the seller pays attention to his obligations as a business actor in Article 7 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, if the seller does not guarantee originality of the product, then it is in accordance with article 19 paragraph 1 and 2 are required to provide compensation or compensation for losses and fulfillment in article 7 paragraphs f and g. As well as the obligation to fulfill the guarantee or guarantee that has been given or agreed as described in Article 26 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

## ملخص البحث

إسمية القمرية سيمو، 17220140. 2021، الحماية القانونية للمستهلكين ضد الأصابة المضمونة لمنتجات العناية بالبشرة التغليف (Skincare) توزيعها في الجرار (Share In Jar) على الإنترنت المتجر (Online Shop)، البحث الجامعي، قسم شعبة الحكم الإقتصادي الإسلامي، كلية الشريعة، بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج، المشرف : رماديتا الماجستير.

**الكلمات المفتاحية:** البشرة التغليف (Skincare) ،توزيعها في الجرار (Share In Jar) ، حماية المستهلك.

ساكينكير أو منتجات التجميل هي مصطلح مماثل من خلال القيام بعلاج للبشرة، وخاصة بالنسبة لمنطقة الوجه وأيضا الجسم. أساسا منتجات العناية بالبشرة تباع في شكل التعبئة والتغليف بالحجم الكامل (full size)، الذي أصبح اتجاها كما يتم تداوله الآن في شكل حصة في التعبئة (share in jar) تقسيم محتوياتها إلى حاويات جديدة مع أحجام أصغر. مشكلة المشاركة في تغليف الجرة هي الأصل للمنتج الذي يتم بيعه، من صحة المنتج، والسلامة التي تم ضمانها، ونظافة أو عقم الحاوية المستخدمة في وقت النقل، أو معلومات حول إدراج الفيديو في وقت تنفيذ عملية النقل أو إدراج أرقام وكالة تنظيم الأدوية والأغذية منتهية الصلاحية أو المختبرة المدرجة في العبوة الأصلية.

تهدف هذه الدراسة إلى مناقشة استجابات المستهلكين فيما يتعلق بمشاركة منتجات العناية بالبشرة المعبأة في الجرة في المتاجر عبر الإنترنت والحماية القانونية للمستهلكين المتعلقة بالأصالة غير المضمونة للمنتجات المشاركة في تغليف الجرة. يتم تضمين هذا البحث في البحوث القانونية التجريبية، والذي يستخدم النهج النوعي مع أساليب وصفية للتحليل. ويتم جمع البيانات عن طريق تبادل الاستبيانات (goohle form) .

وأظهرت النتائج أن وجهة نظر المستهلك التي تم الحصول عليها من طلاب الشريعة الاقتصادية، بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج، لعام 2017، مجمعة في عدة فئات استنتاجات من وجهات النظر المتنوعة، وهي شراء منتجات العناية بالبشرة حصة في التعبئة والتغليف جرة في متجر على الانترنت مضمونة الجودة، وليس مضمونة الجودة، والشك ولكن لا يزال جعل المشتريات ولا يهم حول أصل المنتج. يسمح بمنتجات العناية بالبشرة المعبأة في حصة في تغليف الجرة بما في ذلك البيع والشراء ، طالما أن البائع يولي اهتماما لالتزاماته كفاعل تجاري في المادة 7 من القانون رقم 8 لعام 1999 بشأن حماية المستهلك ، إذا لم يكن البائع يضمن المنتجات الأصلية ، فيجب وفقا للفقرتين 1 و 2 من المادة 19 التعويض عن الأضرار أو التعويض عن الخسائر والوفاء في الفقرتين 7 و ز. الالتزام بالوفاء بالضمانات أو الضمانات التي أعطيت أو وعدت بها على النحو المبين في المادة 26 من القانون رقم 8 لسنة 1999 بشأن حماية المستهلك.

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

*Skincare* atau produk kecantikan merupakan suatu istilah yang identik dengan melakukan sebuah perawatan untuk kulit terutama untuk area wajah dan juga tubuh. Perawatan ini bertujuan untuk merawat kulit supaya lebih sehat dan bersih. Penggunaan produk yang tepat dapat membuat kulit sesuai yang diinginkan atau terhindar dari permasalahan kulit seperti halnya jerawat, komedo, perlindungan dari sinar *uv (ultraviolet)* penuaan dini ataupun juga berfungsi untuk efek mencerahkan. Namun disisi lain penggunaan produk *skincare* dapat berdampak buruk apabila penggunaan tersebut memakai produk yang tidak tepat atau mengandung bahan yang membahayakan, bukan membuat kulit lebih baik namun malah membuat kulit menjadi rusak. Dalam hal ini pemilihan suatu produk haruslah tepat dari segi informasi maupun sikap kehati-hatian sebagai pengguna.<sup>1</sup>

Berkembangnya produk *skincare* yang semakin bervariasi dari segi pembaharuan kualitas ataupun kandungan yang semakin bagus, memicu banyak peminat atau pengguna dari berbagai kalangan yang berupaya untuk melakukan sebuah perawatan. Mulai dari kalangan remaja hingga dewasa, diperjualbelikan dalam kemasan *full size* hingga kemasan ulang atau *share in jar*. Pada dasarnya produk *skincare* dalam bentuk kemasan *share in jar* atau membagi isi kedalam

---

<sup>1</sup> Hanna Siti Nurhasanah, "Apa itu Skincare ? Skincare untuk Pemula," *varminz.com* (blog), 23 Januari 2020, <https://varminz.com/apa-itu-skincare-skincare-untuk-pemula/>.

wadah yang baru dengan ukuran yang lebih kecil lebih diminat<sup>2</sup>, dikarenakan kemasan *full size* harganya yang tergolong mahal, sehingga dalam hal ini kemasan *share in jar* menjadi jalan alternatif pengguna ketika tidak dapat membeli produk skincare seharga dalam kemasan *full size*.<sup>3</sup> Produk dalam kemasan *share in jar* banyak sekali diperjualbelikan dalam marketplace atau online shop. Mulai dari berbagai macam harga, ukuran, hingga jenis produk yang diperjualbelikan. Namun juga yang menjadi permasalahan dalam kemasan *share in jar* ini adalah mengenai originalnya dari produk yang diperjualbelikan, mulai dari keaslian produknya, keamanan yang telah dijamin, kebersihan atau sterilitasnya wadah yang digunakan pada saat pemindahan, informasi tentang pencantuman video pada saat melaksanakan proses kinerja dari tahap ke tahap maupun mengenai pencantuman expired atau terujinya nomor BPOM yang telah dicantumkan di dalam produk aslinya dan berpotensi terjadinya kontaminasi udara sehingga bakteri dapat masuk dikarenakan pemindahan wadah dari kemasan asli<sup>4</sup>. Permasalahan ini dipicu karena banyaknya produk palsu yang beredar dipasaran, yang mana produk tersebut dibuat semirip mungkin dari segi *packaging* dengan produk aslinya. Produk dari *skincare* non original pada dasarnya dijual dengan

---

<sup>2</sup> Alfyyah Rahma, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Some By Mi Toner Dengan Sistem Share In Jar (Studi Kasus Di Toko Online Instagram @Mooi.Moly)" (Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2020), <http://repository.radenintan.ac.id/10998/>.

<sup>3</sup> Nurdwi Ratnasari, "Lagi Hits Bisnis Kecantikan Share In Jar Untuk Anda Yang Punya Modal Kecil," *Uang Online* (blog), 13 Juni 2018, <https://uangonline.com/lagi-hits-bisnis-kecantikan-share-in-jar-untuk-anda-yang-punya-modal-kecil/>.

<sup>4</sup> "BBPOM Yogyakarta : Hati-hati Memilih dan Membeli Produk Kosmetik," *Tribun Jogja*, diakses 23 Juli 2021, <https://jogja.tribunnews.com/2019/10/22/bbpom-yogyakarta-hati-hati-memilih-dan-membeli-produk-kosmetik>.

harga sangat murah, tekstur yang lengket dan dengan hasil putih pucat, memiliki aroma berbeda dengan aslinya dengan bau tidak enak.<sup>5</sup>

Ketidakaslian produk *skincare* sangat merugikan pengguna, apabila pembelian yang dilakukan dalam bentuk kemasan *share in jar* tersebut termasuk dalam kategori produk tidak asli. Dikarenakan mengakibatkan dampak buruk seperti halnya dapat mengiritasi kulit, merusak organ tubuh karena mengandung bahan berbahaya, menyebabkan perih dan gatal apabila dilakukan terus menerus, dapat menyebabkan kanker kulit ataupun menimbulkan jerawat dan bintik kemerahan terutama pada kulit wajah.<sup>6</sup> Kemasan *share in jar* selain harganya ekonomis untuk kantong pelajar juga berdampak positif, seperti halnya ketika pengguna ingin mencoba sebuah produk yang diinginkan dimana ia bisa mendapatkan dalam kemasan kecil terlebih dahulu, dan apabila dalam pemakaian produk tersebut mengalami ketidakcocokan untuk kulit, maka pengguna dapat berpindah untuk mencoba produk yang lainnya dengan kemasan ukuran kecil sesuai yang diinginkan tanpa mengeluarkan biaya yang mahal dan tanpa mengkhawatirkan produk tersebut terbeli dengan sia – sia. Sehingga kemasan *share* ini lebih menguntungkan untuk pengguna yang ingin mencari produk *skincare* yang cocok untuk kulit tanpa harus khawatir terhadap persoalan harga.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Eka Wahyu Pramita, “Waspada Skin Care Palsu, Kenali Ciri-cirinya,” *Jurnas.com*, 10 Desember 2018, <http://www.jurnas.com/artikel/45131/Waspada-Skin-Care-Palsu-Kenali-Ciri-cirinya/>.

<sup>6</sup> Deni Supendi, “Bahaya Skin Care Palsu Ini Perlu Diwaspadai,” *Harapan Rakyat Online* (blog), 2 April 2020, <https://www.harapanrakyat.com/2020/04/bahaya-skin-care-palsu/>.

<sup>7</sup> Ayuningtyas Juliana Putri, “5 Kelebihan Membeli Produk Share in Jar, Lebih Murah & Bisa Coba-coba!,” *IDN Times*, diakses 8 April 2021, <https://www.idntimes.com/life/women/ayuningtyas-juliana-putri-1/kelebihan-membeli-produk-share-in-jar>.

Pembelian kemasan *share in jar* tidak cukup hanya mengandalkan pada informasi yang dipublikasikan oleh penjual. Bisa saja penjual tersebut tidak amanah atau tidak jujur terhadap barang atau produk yang diperjualbelikan, akan tetapi kesadaran pada saat membeli kemasan tersebutlah yang menjadi hal utama, dimana benar – benar sudah memastikan apa yang menjadi keharusan pada saat membeli kemasan ulang dan informasi yang dipaparkan apakah sudah lengkap maupun terhindar dari adanya penipuan.<sup>8</sup> Seperti yang dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwasanya penjual harus memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi maupun jaminan barang yang diperjualbelikan, dalam hal ini penjual haruslah menjadi hal utama yang menjadi acuan untuk minimalisirnya adanya suatu penipuan yang berakibat merugikan pembeli.<sup>9</sup>

Pengalaman pembelian suatu produk kemasan *share in jar* di *online shop* pernah dialami oleh Nadya Chrismonika dalam sebuah penelitian, yang mana dalam kejadian tersebut dijelaskan bahwasanya kemasan tersebut tidak dicantumkan keterangan produk, tanggal kadaluarsa, larangan pada saat pemakaian, efek samping, maupun keaslian produk. Sehingga pada saat pemakaian menimbulkan efek jerawat meradang pada kulit wajah.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Mitra Tarigan, “25 Persen Orang Indonesia Pernah Tertipu Saat Belanja Online,” Tempo, 28 Juni 2018, <https://gaya.tempo.co/read/1101682/25-persen-orang-indonesia-pernah-tertipu-saat-belanja-online>.

<sup>9</sup> Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>10</sup> Intan Puspita Sari, “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share In Jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar” (Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang, 2020), 4–5, <http://lib.unnes.ac.id/>.

Penelitian mengenai produk dalam kemasan *share in jar* tergolong tidaklah baru, sudah ada beberapa penelitian yang membahas produk kemasan *share in jar*, salah satunya penelitian yang membahas tentang yangmana dalam penelitian tersebut pembelian di *online shop* pernah dialami oleh Nadya Chrismonika dalam sebuah penelitian, yang mana dalam kejadian tersebut dijelaskan bahwasanya kemasan tersebut tidak dicantumkan keterangan produk, tanggal kadaluarsa, larangan pada saat pemakaian, efek samping, maupun keaslian produk. Sehingga pada saat pemakaian menimbulkan efek jerawat meradang pada kulit wajah.<sup>11</sup> Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terhadap produk kosmetika *share in jar* yang tidak memiliki izin edar belum berjalan maksimal diakibatkan karena banyak pelaku usaha yang tidak sadar hukum untuk kewajiban mendaftarkan izin edarnya yang diatur dalam Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 tahun 2011 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika dan pelaksanaan oleh bpom Di Semarang belum sepenuhnya berjalan sesuai Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 tahun 2011 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika karena dalam hal ini pelaku usaha *share in jar* lebih banyak beredar di media sosial, maka Balai Besar POM mengalami kesulitan dalam pencarian informasi mengenai lokasi produksi, nama pemilik, dan lain-lain maka perlu dilakukan investigasi sarana daring.

---

<sup>11</sup> Intan Puspita Sari, “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share In Jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar” (Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang, 2020), 4–5, <http://lib.unnes.ac.id/>.

Berbagai macam produk skincare yang sedang menjadi perhatian utama oleh para kalangan remaja ataupun dewasa, yang dikemas secara *share in jar* atau pemindahan produk ke dalam wadah yang lebih kecil, dimana para pembeli atau konsumen tidak mengetahui kebenaran dari produk tersebut, apalagi dalam pembelian yang dilakukan secara online yang mana konsumen tidak mengetahui produk secara langsung, hal ini menimbulkan sebuah permasalahan dari segi bagaimana pandangan konsumen mengenai kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop*, apakah sudah terjamin dari segi originalitasnya atau belum. Maupun bagaimana perlindungan terhadap konsumen terkait pembelian yang dilakukan secara *share in jar* di sebuah *online shop*, terkait dengan kerugian konsumen apabila ada unsur ketidakaslian produk yang dikemas secara kemasan *share in jar*.

Oleh sebab itu, berdasarkan uraian diatas peneliti bermaksud untuk melakukan sebuah penelitian mengenai originalis produk kemasan *share in jar* yang diperoleh dari pandangan mahasiswa atas pembelian yang dilakukan secara online dan perlindungan konsumen apabila terjadi suatu tidak dijaminkannya originalis produk. Sehingga dalam hal ini peneliti tertarik mengadakan sebuah penelitian skripsi yang berjudul, **“JAMINAN ORIGINALIS PRODUK SKINCARE KEMASAN SHARE IN JAR DI ONLINE SHOP PERSPEKTIF UNDANG - UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Pandangan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah seperti yang dipaparkan dalam latar belakang dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan konsumen mengenai produk *skincare* kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop*?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terkait tidak dijaminkannya originalitas produk dalam kemasan *share in jar*?

### **C. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan ini penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan tanggapan konsumen mengenai produk *skincare* kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop*.
2. Untuk mendeskripsikan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen terkait tidak dijaminkannya originalitas produk dalam kemasan *share in jar*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan ini diharapkan memberikan sebuah manfaat. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini bermanfaat sebagai pengembangan ilmu hukum seperti halnya ilmu hukum ekonomi, yang nantinya berkaitan dengan

perlindungan konsumen terhadap jaminan originalitas produk yang diperjualbelikan di online shop.

- b. Menambah pengetahuan mengenai produk dalam kemasan *share in jar*.
- c. Menambah pengetahuan mengenai beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi jual beli di suatu marketplace atau online shop.

## 2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### a. Bagi Pengguna

Penelitian ini berfungsi untuk memberikan pengetahuan atau informasi untuk lebih memperhatikan keaslian (originalitas) dan lebih berhati - hati dalam melakukan pembelian suatu produk dalam kemasan *share in jar*.

### b. Bagi Penjual

Penelitian ini berfungsi untuk memberikan wawasan kepada penjual untuk lebih memberikan informasi yang sebenarnya atau jelas mengenai produk yang diperjualbelikan dalam kemasan *share in jar* dan memberikan jaminan atas produk tersebut.

### c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen terkait jual beli online, apabila terjadi transaksi yang

membuat suatu kerugian atau ketidaksesuaian terhadap barang yang diterima.

#### **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional dalam penelitian ini akan memberikan pemaparan mengenai hal – hal yang perlu diketahui atau kata kunci yang akan sering muncul dalam penelitian, adapun kata kunci yang penulis uraikan adalah sebagai berikut:

*Share In Jar* merupakan suatu istilah yang biasa dipakai untuk produk kosmetik maupun *skincare* yang diperjualbelikan dengan pengemasan ulang kedalam kemasan baru yang ukurannya lebih kecil, dengan berbagai varian *netto* untuk setiap ukurannya dan tergantung pihak toko yang memperjualbelikan.<sup>12</sup>

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penulisan dan pemahaman dalam penulisan skripsi ini, maka diperlukan adanya penyusunan secara sistematis yang terdiri lima bab. Setiap bab terdiri atas bagian-bagian sub bab untuk mempermudah penjelasan permasalahan yang akan diteliti. Adapun penyusunannya adalah sebagai berikut:

Bab pertama, berisi bab pendahuluan, yang didalamnya berisikan elemen dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisikan sub bab penelitian terdahulu dan kerangka teori atau landasan teori yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap kemasan *share in jar*.

---

<sup>12</sup> Irina Marwan, “Plus Minus Membeli Produk Kosmetik Share In Jar,” *Womantalk*, 11 Juli 2019, <https://womantalk.com/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1>.

Bab ketiga, berisikan metode penelitian. Diantaranya mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan data.

Bab keempat, berisikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan. Mengenai tanggapan atau respon konsumen terhadap kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di online shop maupun perlindungan hukum terhadap konsumen atas pembelian dalam kemasan *share in jar*.

Bab Kelima, berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh serangkaian pembahasan dalam penelitian. Kesimpulan berfungsi menguraikan secara singkat jawaban dari rumusan permasalahan yang diangkat peneliti. Selanjutnya, saran berisikan beberapa anjuran usulan untuk penelitian selanjutnya sehingga dapat melakukan perbaikan dimasa yang akan datang.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Adapun tujuan penelitian terdahulu ini berfungsi untuk menghindari adanya duplikasi atau kesamaan terhadap penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang diteliti. Penelitian terdahulu juga menjadi rujukan penulis untuk melengkapi penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penulis adalah sebagai berikut:

Pertama, Penelitian Dita Dwi Lestari dengan Judul “Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto”. Skripsi ini membahas mengenai jual beli kosmetik dengan system *share in jar* di toko kosmetik cantiqcute Purwokerto dan membahas mengenai pandangan hukum islam terhadap kosmetik yang diperjualbelikan di toko cantiqcute Purwokerto. Adapun hasil penelitiannya yaitu dalam praktiknya jual beli share in jar di Cantique Purwokerto ini tersedia secara langsung atau ready di toko, artinya pembelian dapat dilakukan secara langsung tanpa menunggu pemindahan isi ke jar tertentu dan dalam pandangan hukum islam praktik jual beli ini diperbolehkan karena telah memenuhi syarat dsn rukun jual beli dalam islam, namun karena selalu dikemas dalam wadah yang baru dan tidak ada deskripsi tanggal kadaluarsa, maka dari segi manfaat dan mudharat tidak diperbolehkan karena dikhawatirkan produk tersebut

melampaui batas tanggal kadaluarsa yang dapat menimbulkan bahaya terhadap konsumen.<sup>13</sup>

Kedua, Penelitian Sandra Setiawati dengan Judul “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Sistem Share In Jar Di Toko Online Lilpawscorner Salatiga Perspektif Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Skripsi ini membahas tentang bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap dalam jual beli sistem *share in jar* pada Toko Online “Lilpawscorner” di Salatiga dari segi perspektif Hukum Islam maupun perspektif Undang – Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Adapun hasil penelitiannya yaitu bahwasanya perlindungan konsumen atas jual beli yang dilakukan di toko online Lilpawscorner dalam kemasan *share in jar* ini telah memberikan hak – hak konsumen seperti memberikan kejelasan terhadap barang dari segi label, masa kadaluarsa, sterilnya kemasan dengan video yang dipublikasikan, memberikan hak berupa pengembalian barang apabila ada kecacatan. Sedangkan dalam perspektif islam toko Lilpawscorner ini telah memenuhi aspek kejujuran sesuai dalam Q.S Al – Mutafiffin Ayat 1-3, dan memenuhi Hak Khiyar Aibi hak pengembalian barang jika adanya kecacatan sesuai KHES pasal 280. Dan dalam perspektif undang – undang perlindungan konsumen telah memenuhi umusan pasal 2, pasal 4, pasal 7, dan pasal 8 Undang – Undang No.8 Tahun 1999.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Dita Dwi Lestari, “Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto” (skripsi, IAIN Purwokerto, 2020), <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8663/>.

<sup>14</sup> Sandra Setiawati, “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Sistem Share In Jar Di Toko Online Lilpawscorner Salatiga Perspektif Hukum Islam Dan Uu No.8 Tahun 1999 Tentang

Ketiga, Penelitian Intan Puspita Sari dengan Judul "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share In Jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar". Skripsi ini membahas tentang pengaturan mengenai perlindungan konsumen terhadap suatu produk yang tidak memiliki izin edar, maupun bagaimana pengawasan oleh Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan mengenai perlindungan konsumen terhadap jual beli kosmetik yang tidak memiliki izin edar. Adapun hasil penelitiannya yaitu bahwa Perlindungan Konsumen terhadap produk kosmetika *Share In Jar* yang tidak memiliki izin edar belum berjalan maksimal karena banyak pelaku usaha yang tidak sadar hukum dan tidak mengerti mengenai hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha, yang mana produk *share in jar* ini haruslah wajib didaftarkan mengenai izin edar, sedangkan pengawasan yang dilakukan oleh BPOM belum sepenuhnya berjalan karena tidak sesuai peraturan, yang mana dalam hal ini produk yang diperjualbelikan di online shop mengalami kesulitan dalam pencarian informasi mengenai lokasi nama pemilik, dan lain sebagainya.<sup>15</sup>

Keempat, Penelitian Diah Ayu Retno Bidari dengan Judul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Share In Jar Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)". Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi *share in jar* dalam pemasaran dan peningkatan volume penjualan produk kosmetik Nature Republic Aloe Vera di Khoyiir Store

---

Perlindungan Konsumen," Unspecified (IAIN SALATIGA, 2020), <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9820/>.

<sup>15</sup> Sari, "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share In Jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar."

Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung yang mana nantinya ditinjau dengan etika bisnis islam. Adapun hasil penelitiannya yaitu dalam meningkatkan strategi penjualan produk *share in jar* di toko Kyoiiir ini adalah untuk meningkatkan volume penjualan dengan mempromosikan produk ke media sosial seperti facebook, instagram, dan e-commerce shopee. Sedangkan ditinjau dari etika bisnis islam *share in jar* ini toko Kyoiiir telah memperjualbelikan produk dalam keadaan baik namun setelah dikemas dalam wadah yang baru, tidak ada kejelasan spesifikasi produk dan proses sterilisasi dalam pengemasannya. Ditinjau dari manfaat dan mudharatnya hal ini tidak diperbolehkan karena kosmetik *share in jar* tersebut dikhawatirkan melampaui batas kadaluarsa dan kesterilisasi dalam pengemasan yang dapat menimbulkan bahaya pada konsumen.<sup>16</sup>

### 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dita Dwi Lestari ,Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto	Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar Di Toko Kosmetik	- Mengguna- kan metode penelitian empiris. - Membahas tentang jual	- Fokus dalam pandangan hukum islam terhadap jual beli yang dilakukan

<sup>16</sup> Diah Ayu Retno Bidari, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Share In Jar Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera Di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)," Undergraduate, IAIN Tulungagung, 2021, <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18441/>.

		Cantiqcute Purwokerto	beli dengan system kemasan <i>share</i> <i>in jar</i> .	dalam kemasan <i>share in jar</i> . - Sedangkan penelitian ini mengenai pandangan konsumen mengenai kemasan <i>share</i> <i>in jar</i> .
2.	Sandra Setiwati, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Salatiga	Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Sistem Share In Jar Di Toko Online Lilpawscorner Salatiga Perspektif Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	- Sama - sama dikaitkan dengan perlindungan konsumen. - Jual beli kemasan <i>share</i> <i>in jar</i> .	- Dikaitkan dengan pandangan hukum islam. - Sedangkan penelitian ini tidak, hanya dalam fokus perlindungan hukum terhadap konsumen.
3.	Intan Puspita	Perlindungan	- Sama – sama	-Dikaitkan

	Sari, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang	Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share In Jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar	mengenai kemasan share in jar. - Perlindungan konsumen	dengan produk yang tidak memiliki izin edar, yang dikaitkan dengan Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan. - Sedangkan penelitian ini dalam kemasan <i>share in jar</i> yang diperjualbelikan di online shop.
4.	Diah Ayu Retno Bidari, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, IAIN Tulungagung	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi <i>Share In Jar</i> Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk	- Mengguna- kan metode penelitian empiris. - Pemindahan wadah kemasan.	- Fokus kedalam strategi volume penjualan. - Fokus dalam objek <i>Nature Republic</i>

		<p><i>Nature Republic</i></p> <p><i>Aloe Vera</i> di</p> <p>Khoyiir Store</p> <p>Kecamatan</p> <p>Tulungagung</p> <p>Kabupaten</p> <p>Tulungagung</p>		<p><i>AloeVera.</i></p> <p>- Sedangkan</p> <p>penelitian ini</p> <p>mengenai</p> <p>respon</p> <p>konsumen</p> <p>terhadap</p> <p>kemasan share</p> <p>dan</p> <p>perlindungan</p> <p>hukumnya.</p> <p>- Objek dalam</p> <p>sebuah</p> <p><i>skincare.</i></p>
--	--	---	--	--

## **B. Kajian Pustaka**

### **1. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen**

#### **a. Definisi Perlindungan Hukum**

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang didapatkan oleh semua warga negara secara merata, untuk menjamin hak – hak mereka dari suatu hal yang tidak sesuai dengan apa yang mereka dapatkan. Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum itu sendiri merupakan suatu perlindungan akan harkat maupun martabat manusia untuk mendapatkan pengakuan terhadap hak – hak asasi yang telah mereka miliki berdasarkan ketentuan hukum dari adanya kesewenangan.<sup>17</sup>

#### **b. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen**

Mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen sudah dijelaskan dan diatur dalam Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen<sup>18</sup>. Mengenai perlindungan ini nantinya bertujuan untuk memberikan suatu perlindungan konsumen atas hal – hal yang mengakibatkan adanya kerugian. Perlindungan ini mencakup perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang telah disepakatai maupun perlindungan

---

<sup>17</sup> Cahya Dicky Pratama, “Hakikat Perlindungan Hukum dan Penegakan Hukum,” Kompas.com, 17 Desember 2020, <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/17/145445369/hakikat-perlindungan-hukum-dan-penegakan-hukum>.

<sup>18</sup> Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

terhadap suatu syarat yang diberlakukan secara tidak adil oleh konsumen.<sup>19</sup> Mengenai pengertian dari konsumen itu sendiri, sesuai yang disebutkan dalam undang – undang perlindungan konsumen pasal 1 ayat 1 yaitu bahwa setiap orang yang memakai suatu barang atau jasa yang disediakan oleh masyarakat untuk keperluan diri sendiri atau yang lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>20</sup> Adapun menurut para ahli telah bersepakat mengenai pengertian konsumen yaitu pemakai terakhir dari suatu barang atau jasa yang diserahkan kepada mereka atas suatu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh wirausahawan.<sup>21</sup>

Hal utama yang menjadi perhatian khusus dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Oleh karenanya, dalam hal ini pengaturan mengenai perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan cara:

1. Menciptakan system perlindungan terhadap konsumen yang didalamnya ada unsur keterbukaan dalam segi informasi yang diperoleh, dengan menjamin adanya suatu kepastian.
2. Melindungi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha.
3. Melakukan peningkatan dalam hal kualitas barang dan pelayanan pada jasa.

---

<sup>19</sup> Erman Rajagukguk, Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Era Perdagangan Bebas (Bandung: Mandar Maju, 2000), 2.

<sup>20</sup> Pasal 1 ayat 1 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>21</sup> Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Grasindo, 2006), 2.

4. Memberikan perlindungan terhadap konsumen dari hal yang merugikan, seperti halnya dalam kegiatan usaha yang melakukan penipuan.<sup>22</sup>

Adapun perlindungan konsumen ini juga untuk melindungi hak – hak konsumen dan kewajiban penjual dalam transaksi yang dilakukan. Mengenai hak konsumen diatur dalam pasal 4 UUPK yang dijelaskan bahwasanya hak konsumen meliputi:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan untuk dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

---

<sup>22</sup> Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2013), 22.

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana semestinya.
- i. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.<sup>23</sup>

Dan juga dijelaskan mengenai kewajiban dari pelaku usaha sesuai dengan pasal pasal 7 yaitu beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku, memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau diperdagangkan, memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan atau yang tidak sesuai dengan perjanjian, menerima pembayaran sesuai kesepakatan, mendapatkan perlindungan hukum dan perlakuan atau tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik, dan melakukan pembelaan.<sup>24</sup>

## **2. Tinjauan Umum Tentang Skincare**

---

<sup>23</sup> Pasal 4 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>24</sup> Pasal 7.

### a. Definisi Produk Skincare

Pada dasarnya *skincare* berasal dari kata *skin* yang artinya kulit dan *care* yang berarti merawat.<sup>25</sup> Sehingga *skincare* mempunyai pengertian yaitu suatu rutinitas atau aktivitas untuk melakukan suatu perawatan untuk kulit wajah agar lebih terawat dan sehat, yang mana perawatan ini bertujuan untuk merawat kulit dengan jangka waktu yang panjang dan mencegah dari penuaan dini.<sup>26</sup> Penuaan ini sendiri berasal dari paparan sinar matahari atau *uv*, sehingga harus dilindungi menggunakan *sunscreen* atau tabir surya. Oleh Karena itu *skincare* identik dengan melindungi dan menjaga kesehatan kulit.<sup>27</sup> Selain itu, *skincare* juga menjadi sarana untuk mengatasi adanya permasalahan kulit, seperti halnya keluhan mengenai dari jerawat, flek hitam, bekas luka, bruntusan, dan lain sebagainya.<sup>28</sup> Sehingga dalam hal ini *Skincare* merupakan istilah yang sering dipakai dalam dunia kecantikan. Karena kulit merupakan suatu aset yang sangat dominan dalam tubuh, yang mana “*your skin is the biggest organ in your body*”, oleh karena itu harus tetap dirawat supaya menghindari yang namanya kerusakan kulit<sup>29</sup>. *Skincare* sudah lama dipakai oleh kalangan masyarakat, mulai dari zaman dahulu hingga sekarang. Namun seiring berjalannya zaman, *skincare*

---

<sup>25</sup> Tiaranab.com, “[Tips] Apa itu Skincare? | Apa kegunaan & mengapa skincare itu penting?,” Tiaranab, 17 April 2020, <https://www.tiaranab.com/2020/04/Apa-itu-skincare.html>.

<sup>26</sup> Nose Herbalindo, “Ini Dia Perbedaan Skincare dan Make Up yang Perlu Kamu Ketahui,” Nose Herbalindo, 30 September 2020, <https://nose.co.id/perbedaan-skincare-dan-make-up>.

<sup>27</sup> CNN Indonesia, “4 Dasar Skincare Agar Wajah Ternutrisi dengan Tepat,” CNN Indonesia, 30 Juli 2019, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190729164224-277-416491/4-dasar-skincare-agar-wajah-ternutrisi-dengan-tepat>.

<sup>28</sup> Ayu Isti Prabandari, “Skincare adalah Perawatan untuk Kulit agar Tetap Sehat, Ketahui Langkahnya,” Merdeka.com, 28 Februari 2021, <https://www.merdeka.com/jateng/skincare-adalah-perawatan-untuk-kulit-agar-tetap-sehat-ketahui-langkahnya-klm.html>.

<sup>29</sup> Caroline Hirons, *Skincare: The Ultimate No-Nonsense Guide* (HarperCollins UK, 2020), 8.

mengalami banyak perubahan seperti lebih variasinya merk produk ataupun variasi dalam urutan pakai yang mana dalam hal ini semakin banyak dan lebih variasi. Dengan banyaknya variasi ini maka pengguna harus lebih berhati – hati dalam memilih kandungan yang aman dan cocok untuk kulit. Gunanya yaitu supaya tidak ada efek yang membuat kulit iritasi atau menyebabkan suatu penyakit.<sup>30</sup>

Adapun macam – macam dari *skincare* atau perawatan kulit ini sangat bervariasi yaitu terdiri dari:

1. Sabun pembersih wajah.

Sabun pembersih wajah ini sangat berguna untuk membersihkan kulit wajah dari penumpukan kotoran atau debu dan juga keringat. Sabun pembersih ini merupakan tahapan utama yang sangat penting yang dapat membuat kulit menjadi lebih bersih secara maksimal, dan juga dapat untuk membersihkan minyak yang menyumbat pori – pori yang menjadikan kulit kusam, supaya dapat meredakan atau tidak muncul jerawat atau komedo.

2. Toner wajah

Penggunaan toner wajah ini berfungsi untuk mengurangi permasalahan baru yang timbul dalam kulit, mengangkat sisa – sisa kotoran

---

<sup>30</sup> Aceng Ridwan Fauzi dan Rina Nurmalina, *Merawat Kulit dan Wajah* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), 9.

yang tidak sepenuhnya terangkat pada saat cuci muka, dan juga toner ini efektif untuk mengembalikan pH wajah akibat dari aktivitas cuci muka<sup>31</sup>.

### 3. Serum

Cairan bertekstur ringan yang memiliki konsentrasi zat aktif lebih tinggi dan diyakini lebih efektif meresap ke dalam kulit. Digunakan sekitar dua atau tiga tetes lalu ditepuk – tepukan ke area wajah supaya merata dan pemakaian lebih maksimal.<sup>32</sup>

### 4. Pelembab

Fungsi pelembab atau *moisturizer* yaitu untuk memberikan nutrisi bagi kulit, mencegah untuk timbulnya permasalahan kulit menyeimbangkan pH kulit, dan juga untuk menyerahkan atau menyamarkan bintik hitam yang ada pada kulit, dalam hal ini membantu kulit untuk berproses lebih maksimal.<sup>33</sup>

### 5. *Sunscreen* atau tabir surya

*Sunscreen* digunakan untuk membantu melindungi kulit dari kerusakan seperti halnya risiko kanker kulit atau memperlambat tanda-tanda penuaan akibat dari paparan sinar matahari. Penggunaan *sunscreen* ini sangatlah penting apalagi digunakan sebelum keluar rumah dan paling tidak

---

<sup>31</sup> Annisa Amalia Ikhsania, “Arti Skincare Serta Manfaat dan Macam-Macamnya, Sudah Tahu?,” SehatQ, 31 Desember 2020, <https://www.sehatq.com/artikel/arti-skincare-serta-manfaat-dan-macam-macamnya-sudah-tahu>.

<sup>32</sup> Kiki Oktaviani, “5 Tahapan Pakai Skincare yang Tepat, Jangan Salah Urutan,” Wolipop, 25 September 2019, <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4721587/5-tahapan-pakai-skincare-yang-tepat-jangan-salah-urutan>.

<sup>33</sup> Aldy Amrillah, “Moisturizer Adalah: Pengertian, Fungsi, dan 6 Manfaatnya,” Tedas, 2 Maret 2020, <https://tedas.id/gaya-hidup/tips/moisturizer-adalah/>.

menggunakan spf (sun protection factor) minimal 15. Dengan pemakaian rutin hal tersebut guna untuk memperoleh perawatan yang lebih maksimal.<sup>34</sup>

#### **b. Originalitas *Skincare***

Maraknya produk yang beredar dipasaran, yang seringkali dimanfaatkan oleh para oknum penjualan. Yang mana banyaknya produk non original atau tiruan yang didistribusikan, seringkali membuat konsumen was – was terhadap barang yang dibelinya. Apalagi pembelian yang dilakukan secara online, dimana mereka tidak dapat memastikan barang yang dibeli secara langsung dan hanya berpatokan dengan system kepercayaan diantara kedua belah pihak. Sehingga dalam hal ini, sering kali para oknum penjual menyalahgunakan kesempatan, dimana mereka terkadang melakukan suatu penipuan dari barang yang diperjualbelikan. Seperti halnya barang non original yang diedarkan menyerupai kemasan produk aslinya, dibandrol dengan harga yang lebih murah dari harga pasaran, maupun diskon yang membuat konsumen semakin tertarik. Oleh karena itu konsumen harus lebih berhati – hati dalam memilih suatu produk *skincare*, dan keaslian suatu produk *skincare* dapat dikenali dengan hal berikut ini:

- a. Memastikan nomor bpom yang terdaftar, dengan melakukan pengecekan di website resmi bpom.
- b. Memastikan adanya kode *barcode*, dengan melakukan pengecekan di UPCitemDB ([www.upcitemdb.com](http://www.upcitemdb.com)).

---

<sup>34</sup> Siti Nur Aidah dan Tim Penerbit KBM Indonesia, *Rahasia Cantik Perempuan Asia* (Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021), 135.

- c. Dapat juga dilakukan pengecekan melalui aplikasi Quick Response (QR) dengan cara system scan.

### **3. Tinjauan Umum Kemasan Share In Jar**

#### **a. Pengertian Share In Jar**

*Share in jar* merupakan sebuah konsep yang identik dengan membagikan suatu produk dari kemasan asli kedalam sebuah wadah atau kemasan lain yang lebih kecil. Contohnya produk skincare dari serum something netto 20 ml, dipindahkan kedalam wadah lain isi 5ml untuk setiap wadah.<sup>35</sup>

*Share in jar* juga identik dengan "*travel size*" sehingga dinamakan dengan ukuran kecil. Konsep dari share in jar itu sendiri adalah untuk lebih memudahkan seseorang menggunakan atau mencoba terlebih dahulu suatu produk yang diinginkan tanpa membeli kemasan asli dari produk tersebut. Kemasan *share in jar* juga digunakan untuk sebuah produk skincare, yang mana ketika pengguna ingin mengetahui suatu merk produk apakah cocok atau tidaknya diaplikasikan langsung oleh kulit dan khawatir apabila membeli ukuran kemasan asli akan menimbulkan suatu ketidakcocokan, maka kemasan share in jar tersebut sangat direkomendasikan, untuk terlebih dahulu mencoba dalam kemasan kecil. Karena jika mengakibatkan suatu ketidakcocokan maka pengguna tidak menyesal atau membuang – membuang uang untuk harga yang mahal dalam kemasan aslinya, cukup dengan *travel size* yang harganya ekonomis atau murah untuk ukuran kecilnya. Sehingga pengguna, apabila

---

<sup>35</sup> Nova, "Seputar Share In Jar," Pressreader, 6 Januari 2020, <https://www.pressreader.com/indonesia/nova/20200106/281625307233007>.

mengalami ketidakcocokan dari merk produk tersebut bisa mencoba merk produk lainnya untuk menemukan produk yang cocok untuk kulit.<sup>36</sup>

#### **b. Hal Yang Harus Diperhatikan**

Dalam melakukan pembelian produk kemasan *share in jar*, ada beberapa yang harus kita perhatikan. Maraknya kemasan *share in jar* yang beredar membuat kita harus berhati – hati dalam mengetahui produk tersebut, apakah memang benar terjamin akan produk tersebut atau malah sebaliknya. Karena juga kemasan *share in jar* ini harganya selain murah juga sangat memudahkan konsumen untuk mencoba suatu produk dengan kemasan kecil terdahulu, yang mana untuk memastikan kecocokan pada kulit yang akan diaplikasikan dari produk tersebut.<sup>37</sup>

Adapun yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

##### 1. Kebersihan kemasan *share in jar* (Higenis)

Kemasan *share in jar* pada dasarnya dipindahkan ke dalam wadah lain yang berbeda dan berukuran kecil, dalam hal ini kita harus memastikan higienisnya pada saat melakukan pemindahan produk ke dalam wadah tersebut, sterilnya wadah dan tidak terkontaminasi udara. Sterilnya wadah tersebut juga dapat dilakukan cara dengan mencuci bersih, dan di rendam ke dalam air panas. Hal ini supaya produk yang akan dipindahkan tersebut

---

<sup>36</sup> Elisabeth, “Skincare Share In Jar, Murah Tetapi Tidak Selamanya Aman,” *The Carousel* (blog), 12 Maret 2021, <https://blog.avoskinbeauty.com/skincare-share-in-jar-murah-tetapi-tidak-selamanya-aman/>.

<sup>37</sup> *Cosmopolitan.co.id*, “Perhatikan 4 Hal Ini Sebelum Membeli Produk Share in Jar,” *LINE TODAY*, 17 Januari 2020, <https://today.line.me/id/v2/article/DWLzQX>.

tetap terjaga dan tidak mengubah manfaat yang ada. Karena kalau kemasan *share in jar* tersebut tidak higienis atau bersih akan menyebabkan tidak berfungsinya suatu produk dengan baik.

## 2. Kualitas maupun keaslian produk

Seringkali produk yang dikemas dalam bentuk *share in jar* ini, banyak yang tidak diketahui oleh konsumen pada saat tahapan dalam suatu pemindahan, bisa saja penjual melakukan penipuan dengan cara memasukkan produk lain yang tidak sesuai dengan yang diinginkan pembeli. Atau bisa saja produk yang tidak original asli karena maraknya produk yang menyerupai aslinya dari segi kemasan maupun teksturnya. Oleh karena itu kita harus melakukan pengecekan terhadap kualitas dan keaslian produk tersebut. kualitasnya seperti apa, dari segi tekstur, warna maupun bau dari informasi dan video yang disediakan oleh penjual ataupun mencari tahu lewat internet, sehingga kita tahu bagaimana produk yang asli dengan yang palsu, dengan ciri – ciri yang kita pahami dari informasi di internet. Sedangkan kealsian produk tersebut bisa kita lakukan pengecekan dengan mengetahui nomor bpomnya maupun kode barcode produk tersebut, dengan cara bertanya kepada penjual terlebih dahulu, karena keterbatasan kita yang tidak mengetahui secara langsung produk tersebut.

## 3. Ukuran kemasan

Ukuran kemasan *share in jar* juga harus diperhatikan, karena untuk kita lebih tau dari kriteria harga yang dibandrol dari kemasan tersebut.

Dengan membandingkan dengan harga dalam kemasan asli dengan ukuran kemasan *share in jar* yang telah disediakan, menjadikan kita lebih tau patokan harga tersebut tergolong apakah lebih murah atau mahal.

#### 4. Tanggal kadaluarsa

Kemasan *share in jar* seringkali tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa. Sehingga dalam hal ini kita harus menanyakan terlebih dahulu kepada penjual mengenai tanggal kadaluarsa produk tersebut sebelum melakukan pembelian. Namun lebih baik kemasan *share in jar* juga dilengkapi dengan informasi tanggal kadaluarsa supaya memudahkan pembeli.

#### 5. Penjual yang tepat

Hal yang terakhir yang harus kita perhatikan adalah toko dari penjual. Kita bisa mencari terlebih dahulu penjual tersebut dengan melihat review dari toko tersebut, apakah dapat dipercaya atau tidak, memilih penjual yang amanah atau memiliki kualitas bagus, supaya kita merasa tidak dirugikan. Melihat secara detail mengenai informasi yang disediakan, ataupun juga kita bisa menanyakan lebih jelas ketika informasi yang disediakan kurang.<sup>38</sup>

Adapun menurut Dr. Yessica Tania mengenai aman tidaknya produk skincare *share in jar* ini pada dasarnya aman – aman saja, asalkan pembeli atau

---

<sup>38</sup> Allyoung Grup, “5 Hal yang Perlu Diperhatikan Sebelum Membeli Produk Share in Jar,” Allyoung, 1 Juli 2019, <https://www.allyoung.co.id/blogs/beauty-tips/5-hal-yang-perlu-diperhatikan-sebelum-membeli-produk-share-in-jar>.

konsumen memastikan produk yang ada dalam kemasan itu benar – benar asli, dari kemasannya steril atau tidaknya, cara memasukkan skincare kedalam kemasannya seperti apa. Sebenarnya setiap riset suatu produk dalam perusahaan itu memperkirakan, bahwasanya pembuatan suatu produk skincare tersebut memiliki suatu alasannya, seperti halnya setelah menggunakan volume yang ditentukan misal 100ml baru dapat memperlihatkan hasilnya atau baru memberikan efek pada kulit wajah orang yang memakai, atau tergantung dari efektivitas dan durasi efeknya.<sup>39</sup>

Sedangkan menurut Abel Soebono, dalam melakukan pembelian kemasan *share in jar*, hal utama adalah pembeli harus memastikan dimana penjual harus menjamin kebersihan produk, dari proses memindahkan dan pemilihan kontainernya yang steril, melihat reputasi rating atau review dari marketplace atau toko seller tersebut, memastikan keaslian produk dimana juga dilihat dari tanggal expirednya. Dan apabila keyakinan hal tersebut sudah terjamin, maka dilanjutkan dengan pembelian.<sup>40</sup>

### **c. Kelebihan dan Kekurangan Share In Jar**

Pada saat melakukan pembelian dalam kemasan *share in jar* ada kelebihan dalam memilih kemasan tersebut. Kelebihan tersebut yaitu:

#### **1. Harga yang ekonomis**

---

<sup>39</sup> Ini adalah kalimat yang dikutip (Dr. Yessica Tania, 2020:283)

<sup>40</sup> Ini adalah kalimat yang dikutip (Abel Soebono,2020:07,31)

Produk yang sudah dipindahkan ke dalam wadah lain yang lebih kecil pada dasarnya lebih murah, sehingga harganya pun berbeda. Sehingga dalam hal ini ketika konsumen membeli dengan ukuran yang lebih kecil dengan isi netto yang tidak terlalu banyak dan pada saat melakukan pemakaian tidak cocok untuk kulit, maka hal ini dapat meminimalisir kerugian yang ada, daripada dalam harga asli atau normal produk yang terlalu banyak apabila mengalami ketidakcocokan. ex

## 2. Dapat mencoba berbagai merk produk

Produk skincare sangatlah bervariasi, banyak sekali merk – merk seperti sekarang ini beredar. Ketika kita tidak cocok memakai produk dari satu merk, maka kita dapat mencoba merk lain. Dengan tidak lain mencoba dalam kemasan kecil terdahulu untuk mengetahui merk tersebut cocok atau tidak untuk kulit.

## 3. Lebih praktis (*travel friendly*)

Kemasan *share in jar* lebih praktis untuk dibawa bepergian atau *travelling*, hal ini karena kemasan wadah yang lebih kecil dan tidak memakan banyak ruang meskipun dengan ukuran tas yang kecil.<sup>41</sup>

Selain kelebihan dari kemasan *share in jar* juga ada kekurangan pada saat menggunakan produk kemasan *share in jar*. Adapun kekurangannya yaitu

### 1. Risiko produk sudah kadaluarsa

---

<sup>41</sup> Adinda, “Kelebihan dan Kekurangan Membeli Produk Kemasan Share in Jar,” Beautyparty.id, diakses 13 April 2021, <https://beautyparty.id/skincare/kelebihan-dan-kekurangan-membeli-produk-kemasan-share-in-jar>.

Produk kemasan *share in jar* juga memiliki resiko yang ditimbulkan, seperti kadaluarsanya produk tersebut. Oleh karena itu, untuk menghindari hal tersebut kita harus memastikan terlebih dahulu.

## 2. Jaminan originalitas atau keaslian yang dipertanyakan

Karena produk dipindahkan dalam kemasan wadah lain, apalagi pembelian dalam sebuah toko online, yang mana konsumen tidak mengetahui secara langsung produk tersebut dan tidak mengetahui apakah produk tersebut benar asli atau tidaknya. Maka hal ini sangat dipertanyakan dan juga harus diperhatikan.

## 3. Kebersihan diragukan

Suatu perusahaan dalam menciptakan sebuah produk skincare, dari segi pengemasannya benar – benar diperhatikan dan dijamin kebersihannya dengan menerapkan system *quality control* yang ketat. Oleh karena itu kebersihan dalam kemasan *share in jar* itu menimbulkan keraguan karena produk asli dipindahkan kedalam produk lain, yang mana kita tidak mengetahui dari segi kebersihannya, alat yang dipakai, maupun penyimpanannya yang ada apakah sudah masuk dalam kemasan yang steril.

## 4. Risiko produk sudah di campur

Pembelian *share in jar* juga berisiko pada pencampuran dengan produk lain. Apalagi jika ada penjual yang tidak amanah, hal ini hanya

semata pada keuntungan yang diinginkan. Oleh karena itu, ketika kita membeli di online shop, harus benar – benar memastikan penjual yang terpercaya dan yang pastinya aman untuk kita gunakan. <sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Sarrah Ulfah, “7 Kekurangan dan Kelebihan Membeli Produk Share in Jar,” Popmama, 16 Juni 2020, <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/sarrah-ulfah-1/kekurangan-dan-kelebihan-membeli-produk-dalam-share-in-jar>.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian selalu menyangkut mengenai metode yang digunakan dalam penelitian tersebut. Metode ini digunakan untuk menganalisa permasalahan yang sedang diteliti. Dengan adanya menganalisa ini nantinya akan mendapatkan suatu pemecahan masalah dari gejala tersebut.<sup>43</sup> Adapun metode penelitian tersebut diantaranya sebagai berikut:

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian hukum empiris. Penelitian yang diperoleh adanya data secara langsung yang berkaitan dengan perilaku manusia atau kehidupan bermasyarakat<sup>44</sup>. Penelitian ini juga dilakukan dengan cara yang logis, yang mana dapat diamati oleh panca indera.<sup>45</sup>

Pada dasarnya penelitian ini mengacu pada ditujukannya kepada informan secara langsung untuk mengetahui tanggapan mengenai suatu produk *skincare* dalam kemasan *share in jar* atau kemasan isi ulang yang diperjualbelikan di toko online. Yang mana dalam hal ini nantinya untuk mendapatkan data atau pernyataan dari kuisioner yang telah dibagikan, terkait jaminan dari deskripsi yang disediakan, apakah memang benar terjamin ataupun dapat dipertanggungjawabkan. Sehingga penulis tertarik mengenai produk kemasan

---

<sup>43</sup> Id.thesis.com, "Metode Penelitian Hukum Empiris dan Normatif," id.thesis.com, 21 Januari 2013, <https://idtesis.com/metode-penelitian-hukum-empiris-dan-normatif/>.

<sup>44</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), 10.

<sup>45</sup> I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 5.

*share in jar* yang diperjualbelikan di toko online dengan nantinya mengambil data dari konsumen dan dikaitkan dengan perlindungan konsumen terkait apabila tidak dijaminannya originalitas produk kemasan tersebut. Adapun metode yang digunakan yaitu deskriptif analisis, dengan menggali atau mendapatkan suatu informasi dengan menyebarkan survey atau kuisisioner kepada informan. Metode deskriptif analitis yaitu metode yang mempunyai fungsi sebagai penjelas atau menggambarkan suatu objek dalam sebuah penelitian terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti melalui adanya data atau sampel yang telah terkumpul kemudian nantinya diolah dan dianalisis untuk nantinya mendapatkan suatu kesimpulan.<sup>46</sup>

## **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana pendekatan ini bermaksud untuk memahami suatu fenomena yang sedang dialami oleh subjek, kemudian dituangkan dalam bentuk deskriptif atau penggambaran menggunakan kata – kata atau suatu bahasa.<sup>47</sup>

## **C. Sumber Data**

Menurut Syafrizal Helim Situmorang yang dimaksud dengan data adalah kumpulan dari informasi yang didapatkan dari hasil pengamatan pada objek.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Anton Zulkarnain Sianipar, “Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kepuasan Pelayanan Mahasiswa,” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 3, no. 1 (20 Februari 2019): 16–22.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 7.

<sup>48</sup> Putra, “Pengertian Data : Fungsi, Sumber, Jenis Jenis Data dan Contohnya,” *Salamadian* (blog), 1 Februari 2020, <https://salamadian.com/pengertian-data/>.

Sehingga yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian yaitu hal yang menjadi subjek atau pendukung utama dari mana data tersebut didapatkan. Adapun sumber data yang penulis uraikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan atau diperoleh langsung dari sumbernya atau disebut dengan data pertama dimana penulis bisa mendapatkan informasi yang menjadi fokus utama dari acuan permasalahan penelitian tersebut<sup>49</sup>. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus utama atau data primer adalah mengenai respon atau tanggapan konsumen yang biasa melakukan belanja online terkait produk dalam kemasan *share in jar* atau isi ulang. Data ini diperoleh dengan membagikan kuisioner dalam bentuk *google form* kepada responden untuk mendapatkan informasi atau hasil data yang bersangkutan dengan masalah penelitian tersebut.

Adapun subjek atau populasi yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa UIN Malang dengan program studi (prodi) Hukum Ekonomi Syariah semester 8 yang berjumlah 140 orang. Dengan teknik pengambilan sampel tersebut menggunakan *purposive sampling*,<sup>50</sup> dengan kriteria pihak (mahasiswa) yang pernah menggunakan produk *skincare* kemasan *share in jar* dan yang telah melakukan pembelian di suatu *online shop*. Sehingga sampel dalam penelitian ini dapat diambil sampel sejumlah 25 orang atau informan

---

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, 137.

<sup>50</sup> Sugiyono, 219.

(Mahasiswa Uin Malang Prodi Hukum Ekonomi Syariah semester 8) yang telah melakukan pembelian di *online shop* dalam kemasan *share in jar*.

## 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada atau juga sebagai bahan pendukung yang berfungsi sebagai penjelas.<sup>51</sup> Adapun data sekunder itu seperti halnya untuk bahan pustaka dari buku, thesis, jurnal, maupun website terkait dari objek penelitian seperti kemasan produk dalam bentuk *share in jar*, dan dokumen – dokumen atau perundang – undangan seperti dalam Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang sesuai dengan penyusunan skripsi ini, maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data tersebut adalah:

#### 1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden <sup>52</sup>untuk mendapatkan suatu jawaban. Pengumpulan data menggunakan kuesioner termasuk lebih efisien karena dilakukan dengan membagikan angket kepada responden.<sup>53</sup> Yang mana penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa akhir Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

---

<sup>51</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 1987), 94.

<sup>52</sup> Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, Ed.1 (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018), 1.

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, 142.

khususnya angkatan 2017 yang berjumlah sebanyak 190 mahasiswa. Namun peneliti hanya mengambil mahasiswa yang sedang menempuh di semester 8 sebanyak 140 mahasiswa, dikarenakan banyak dari mahasiswa angkatan 2017 yang sudah menyelesaikan skripsi dan telah dinyatakan lulus di semester 7. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuisisioner dalam bentuk *google form*, dan tidak secara langsung dibagikan mengingat kuliah yang ditetapkan di tahun ajaran 2021 ini dengan sistem daring atau *online*. Pada saat melakukan penelitian hanya berjumlah 64 yang bersedia mengisi *form* kuisisioner yang telah dibagikan. Dan peneliti tidak mengambil sampel dari semuanya karena hanya 25 mahasiswa yang termasuk dalam kriteria. Dapat menggunakan perhitungan skala slovin dengan kriteria (n) jumlah sampel, (N) jumlah populasi, ( $e^2$ ) batas kesalahan (taraf nyata). Dengan perhitungan rumus  $n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$   $n =$

$$\frac{190}{(1+190 \times (0,20)^2)} = \frac{190}{(171 \times 0,04)} = \frac{190}{7,64} = 24,869 = 25 \text{ Mahasiswa.}$$

#### E. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif analisis, sehingga analisis data dari permasalahan penelitian ini, dapat dilakukan dengan langkah – langkah berikut ini antara lain:

##### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yang dimaksud dengan reduksi data yaitu merangkum, atau memilah hal - hal pokok yang menjadi fokus utama dan yang terpenting. Dan data yang telah direduksi ini nantinya akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah

peneliti dalam melakukan pengumpulan data lain. Reduksi data juga memilah – milah data yang sesuai atau tidak dengan masalah yang diteliti.

## 2. Penyajian Data (Data Display)

Dengan melakukan mendisplaykan data, akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kinerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami. Penyajian ini dapat dilakukan dengan bentuk uraian naratif ataupun lainnya.

## 3. *Conclusion Drawing / Verification*

Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan ini yang nantinya akan menjadi jawaban ataupun penjelas dari permasalahan yang sedang diteliti. Seperti mengenai bagaimana tanggapan responden mengenai kemasan *share in jar* dan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait jaminan originalitasnya kemasan tersebut.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Sugiyono, 247–252.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

Objek yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, yang berlokasi di Jl. Gajayana No. 50, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Kode Pos 65144. Ditujukan kepada Mahasiswa angkatan 2017 dan yang menempuh pendidikan semester 8.

Adapun data yang diperoleh yaitu berupa pandangan mahasiswa atas suatu produk kecantikan dalam kemasan *share in jar* atau kemasan isi ulang yang diperjualbelikan di suatu *online shop*. Data tersebut diambil dikarenakan untuk mengetahui produk kecantikan yang diperjualbelikan dalam kemasan *share in jar* ini sudah dapat terjamin atau belum dari segi kualitas produk yang dipindahkan, mengingat ketidaktahuan pembeli dalam melakukan pengemasan ulang dan yang secara langsung tidak bertatap muka.

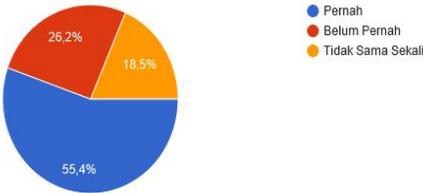
Data ini diperoleh dengan menyebarkan angket atau memberikan suatu pertanyaan dalam bentuk *google form* yang dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2021 sampai dengan 29 Mei 2021.

#### **B. HASIL PENELITIAN**

##### **1. Paparan Data Pandangan Konsumen Mengenai Produk Kemasan Share In Jar Yang Diperjualbelikan Di Online Shop**

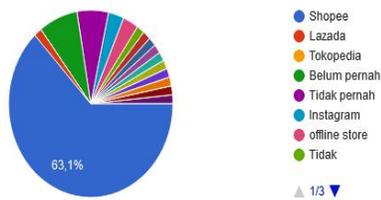
Paparan data ini diperoleh dari hasil survey yang dibagikan kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, adapun pandangan dari mahasiswa mengenai produk kecantikan yang dikemas dalam kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop* dari 190 Mahasiswa diperoleh sebanyak 25 mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 semester 8 yang sesuai dengan kriteria penelitian, adapun mahasiswa tersebut adalah Afifah Alfiyanti, Alda Laily Azkiyah, Adeilya Nur Ramadhani, Frisca Indra Rukmana, Rosita, Eva Dwi Mayasari, Ilma Laila Zulfarida, Riza Lailatun Novitasari, Shofiyatul Hikmah, Rana Octania Diah Harissa Rosyada, Iis Sholiehah, Walida A. Nashihah, Evita Wulandari, Putri Ayu Pratiwi, Suhaila Ritonga, Elfidha Anastasya D.R, Khamimatul Hamidah, Nisa'ul Khoiriyah, Awanda A.R, Nurazizah Siagian, Arifatul Izzah, Sayidah Aminatuzzuhriyah, Zaya, Ira Dwi Novianty, Milla fitri. Pembagian kuisioner dalam bentuk *google form* ini terdiri dari 9 butir pertanyaan dan disertai dengan adanya penjelasan grafik diagram, yang mana pemaparan dari pertanyaan tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut :

Untuk pertanyaan pertama menjelaskan bahwasanya, apakah sudah mempunyai pengalaman telah membeli produk *skincare* di *online shop* dalam kemasan *share in jar*?



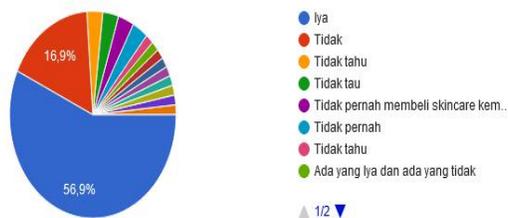
Mengenai pertanyaan ini diperoleh hanya sebanyak 25 Mahasiswa yang pernah menggunakan kemasan *share in jar* dan lain diantaranya belum pernah dan tidak pernah sama sekali menggunakan.

Untuk pertanyaan kedua, menjelaskan ditoko online mana yang sering dikunjungi untuk melakukan pembelian produk *skincare* dalam kemasan *share in jar* tersebut?



Dari pertanyaan ini diperoleh bahwasanya mahasiswa pernah melakukan pembelian *skincare* kemasan *share in jar* di toko *online* yang sesuai dengan kriteria yaitu terbagi dalam tiga macam yaitu seperti halnya shopee, lazada dan instagram.

Untuk pertanyaan ketiga, menjelaskan apakah penjual telah memberikan informasi yang detail mengenai produk dalam kemasan *share in jar* tersebut?



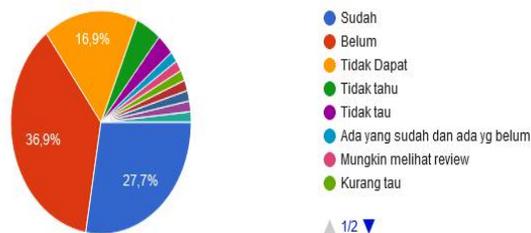
Dari pertanyaan ini diperoleh bahwasanya dari jawaban yang sesuai dengan kriteria terdapat 25 jawaban yang terdiri dari 19 mengatakan iya dan 6 mengatakan tidak.

Untuk pertanyaan keempat, menjelaskan apakah produk *skincare* kemasan *share in jar* tersebut sudah dapat dipastikan dari segi keasliannya (BPOM, kode *barcode*, spesifikasi kemasan asli)?



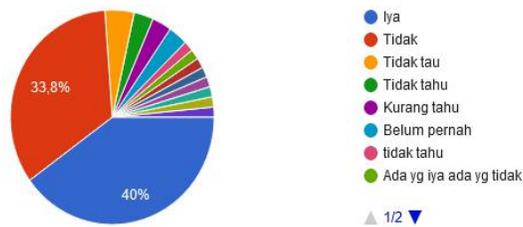
Dari pertanyaan ini diperoleh bahwasanya dari jawaban mahasiswa yang sesuai dengan kriteria terdiri dari 12 jawaban tidak atau belum, dan 13 jawaban mahasiswa yang sudah.

Untuk pertanyaan kelima, menjelaskan apakah informasi mengenai kebersihan kemasan tersebut sudah dapat dipastikan oleh penjual (dari segi dicantulkannya video dalam deskripsi)?



Dari pertanyaan ini diperoleh bahwasanya jawaban mahasiswa yang sesuai kriteria terdiri dari 14 mahasiswa mengatakan tidak dan 11 diantaranya mengatakan iya.

Untuk pertanyaan keenam, menjelaskan apakah penjual mencantumkan informasi mengenai tanggal kadaluarsa dalam kemasan *share in jar* tersebut?

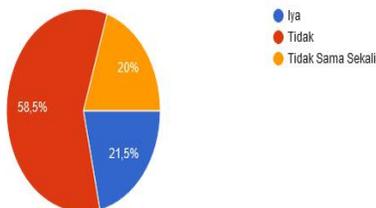


Dari pertanyaan ini diperoleh bahwasanya, dari jawaban mahasiswa yang sesuai dengan kriteri terdiri dari 13 mengatakan iya, 11 diantaranya mengatakan belum dan tidak ada.

Untuk pertanyaan ketujuh, menjelaskan apakah dalam deskripsi jual beli tersebut dicantumkan mengenai perbedaan produk *skincare* asli dan palsu?

Apakah dalam deskripsi jual beli tersebut dicantumkan informasi mengenai perbedaan produk *skincare* asli dan yang palsu?

65 jawaban



Dari pertanyaan ini diperoleh bahwasanya dari jawaban mahasiswa yang sesuai kriteria terdiri dari 7 mahasiswa mengatakan iya dan 18 diantaranya mengatakan tidak.

Sehingga dari pemaparan tersebut diperoleh data mengenai pandangan mahasiswa mengenai kemasan *share in jar* suatu produk *skincare* kemasan *share in jar* yaitu:

Afifah Alfiyanti mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shop shopee, dan produk kemasan share in jar belum memberikan informasi yang detail, keaslian produk juga belum dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan.”*<sup>55</sup>

Alda Laily Azkiyah mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar, dengan melakukan pembelian di aplikasi shopee, dalam kemasan tersebut belum diberikan detail informasi, keaslian produk sudah dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan.”*<sup>56</sup>

Adeilya Nur Ramadhani mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di shopee, kemasan share in jar sudah memberikan detail informasi, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat*

---

<sup>55</sup> Afifah, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

<sup>56</sup> Alda, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

*dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan”<sup>57</sup>*

Frisca Indra Rukmana mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan.”<sup>58</sup>*

Rosita menjawab mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar, dengan melakukan pembelian di shopee, dan informasi yang dipaparkan belum detail, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu belum dicantumkan”<sup>59</sup>*

Eva Dwi Mayasari mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu belum dicantumkan.”<sup>60</sup>*

Ilma Laila Zulfarida mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar, melakukan pembelian di online shop lazada, informasi yang dipaparkan sudah*

---

<sup>57</sup> Adeilya, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021)

<sup>58</sup> Frisca, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

<sup>59</sup> Rosita, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

<sup>60</sup> Eva, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

*detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan.”*<sup>61</sup>

Riza Lailatun Novitasari mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga memungkinkan dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sama sekali tidak dicantumkan.”*<sup>62</sup>

Shofiyatul Hikmah mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan ada yang sudah detail dan ada yang tidak, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tergantung ada yang sudah dan ada yang tidak dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan.”*<sup>63</sup>

Rana Octania Diah Harissa Rosyada mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga belum dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan.”*<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> Ilma, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

<sup>62</sup> Riza, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

<sup>63</sup> Shofiyatul, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021).

<sup>64</sup> Rana, (Kuisisioner google form, 23 Mei 2021)

Iis Sholiehah mengatakan bahwa, “*Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan*”.<sup>65</sup>

Walida A. Nashihah mengatakan bahwa, “*Pernah membeli kemasan share in jar, pembelian di online shop instagram, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan*”.<sup>66</sup>

Evita Wulandari mengatakan bahwa, “*Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga memungkinkan dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan*”.<sup>67</sup>

Putri Ayu Pratiwi mengatakan bahwa, “*Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga memungkinkan dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual,*

---

<sup>65</sup> Iis, (Kuisisioner google form, 24 Mei 2021).

<sup>66</sup> Walidha, (Kuisisioner google form, 24 Mei 2021).

<sup>67</sup> Evita, (Kuisisioner google form, 24 Mei 2021).

*pencantuman tanggal kadaluarsa lupa karena sudah lama beli dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan”*.<sup>68</sup>

Ira Dwi Novianty mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga memungkinkan dapat dipastikan, kebersihan produk sudah belum dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan”*.<sup>69</sup>

Suhaila Ritonga mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>70</sup>

Elfidha Anastasya D.R mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan belum detail, keaslian produk juga belum dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.

Khamimatul Hamidah mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual,*

---

<sup>68</sup> Putri, (Kuisisioner google form, 24 Mei 2021).

<sup>69</sup> Ira, (Kuisisioner google form, 25 Mei 2021).

<sup>70</sup> Suhaila, (Kuisisioner google form, 25 Mei 2021).

*tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>71</sup>

Nisa'ul Khoiriyah mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu sudah dicantumkan”*.<sup>72</sup>

Awanda A.R mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>73</sup>

Nurazizah Siagian mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>74</sup>

Arifatul Izzah mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga sudah dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal*

---

<sup>71</sup> Khamimatul, (Kuisisioner google form, 25 Mei 2021).

<sup>72</sup> Nisaul, (Kuisisioner google form, 27 Mei 2021).

<sup>73</sup> Awanda, (Kuisisioner google form, 29 Mei 2021).

<sup>74</sup> Nirazizah, (Kuisisioner google form, 29 Mei 2021).

*kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>75</sup>

Sayidah Aminatuzzuhriyah mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan belum detail, keaslian produk juga belum dapat dipastikan, kebersihan produk belum dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa belum dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>76</sup>

Milla Fitri mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan sudah detail, keaslian produk juga memungkinkan dapat dipastikan, kebersihan produk sudah dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa sudah dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>77</sup>

Zaya mengatakan bahwa, *“Pernah membeli kemasan share in jar di online shopee, informasi yang dipaparkan belum detail, keaslian produk juga memungkinkan dapat dipastikan, kebersihan produk tidak dapat dipastikan penjual, tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan dan informasi mengenai perbedaan produk skincare asli dan palsu tidak dicantumkan”*.<sup>78</sup>

## **2. Paparan Data Terkait Jaminan Originalitas Produk Skincare Kemasan**

### **Share In Jar**

---

<sup>75</sup> Arifatul, (Kuisisioner google form, 29 Mei 2021).

<sup>76</sup> Sayidah, (Kuisisioner google form, 29 Mei 2021).

<sup>77</sup> Milla, (Kuisisioner google form, 29 Mei 2021).

<sup>78</sup> Zaya, (Kuisisioner google form, 29 Mei 2021).

Paparan data mengenai jaminan originalis produk kemasan *share in jar* ini dibagi menjadi dua pertanyaan yang terkait, adapun diantaranya yaitu yang pertama, apakah penjual memberikan jaminan terhadap produk kemasan *share in jar* tersebut apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diberikan? Dan seperti apa jaminannya? Adapun jawaban dari pandangan mahasiswa dapat diuraikan sebagai berikut:

Afifah Alfiyanti mengatakan bahwa, “*Tidak ada jaminan yang diberikan*”.

Alda Laily Azkiyah mengatakan bahwa, “*Tidak ada jaminan sama sekali*”.

Adeilya Nur Ramadhani mengatakan bahwa, “*Iyaa, barang boleh dikembalikan*”.

Frisca Indra Rukmana mengatakan bahwa, “*Tidak ada jaminan*”.

Rosita mengatakan bahwa, “*Tidak ada*”.

Eva Dwi Mayasari mengatakan bahwa, “*Tidak ada jaminan*”.

Ilma Laila Zulfarida mengatakan bahwa, “*Tidak Ada*”

Riza Lailatun Novitasari mengatakan bahwa, “*Jika membuka produk disaat unboxing ternyata produk yang dikirim salah, maka pihak pembeli meretur dan penjual akan mengirim kembali. Untuk masalah asli atau palsunya si penjual tidak memberikan jaminan. Karena si penjual yakin kalau produknya asli. Jadi si pembeli tidak dapat mereturnya apabila produk tersebut palsu*”.

Shofiyatul Hikmah mengatakan bahwa, *“Setau saya tidak, kalopun ada masih sedikit. Karena kebanyakan konsumen jika memang tau produk tersebut berbeda dari informasi, mereka langsung tidak menggunakan produk tersebut. Merasa di rugikan, tapi tidak seberapa rugi, karena biasanya harga share in jar lebih murah”*.

Rana Octania Diah Harissa Rosyada mengatakan bahwa, *“Tidak ada”*.

Iis Sholiehah mengatakan bahwa, *“Iya, jaminan dikembalikan barang tersebut”*.

Walida A. Nashihah mengatakan bahwa, *“Tidak ada jaminan”*.

Evita Wulandari mengatakan bahwa, *“Iya ada”*.

Putri Ayu Pratiwi mengatakan bahwa, *“Lupa Karena Udah Lama”*

Ira Dwi Novianty mengatakan bahwa, *“Dikembalikan / ditukarkan”*.

Suhaila Ritonga mengatakan bahwa, *“Tidak ada”*.

Elfidha Anastasya D.R mengatakan bahwa, *“Tidak memberikan jaminan”*.

Khamimatul Hamidah mengatakan bahwa, *“Dikembalikan”*

Nisa'ul Khoiriyah mengatakan bahwa, *“Jaminan uang kembali”*

Awanda AR mengatakan bahwa, *“Bisa di tukar / re-turn”*.

Nurazizah Siagian mengatakan bahwa, *“Iya, jaminan uang kembali”*.

Arifatul izzah mengatakan bahwa, *“Tidak”*.

Sayidah Aminatuzzuhriyah mengatakan bahwa, "*Jaminannya jika produk itu tidak cocok boleh di kembalikan*".

Milla Fitri mengatakan bahwa, "*Tidak ada*".

Yang kedua mengenai pendapat Mahasiswa mengenai apakah kemasan *share in jar* terhadap suatu produk *skincare* yang diperjualbelikan di *online shop* sudah terjamin kualitasnya dan mengapa?

Dari pertanyaan ini diperoleh jawaban mahasiswa, bahwasanya mengenai kualitas dari kemasan *share in jar* dapat diketahui tanggapan mahasiswa antara lain yaitu:

Afifah Alfiyanti mengatakan bahwa, "*Tidak, karena kita tidak mengetahui apakah produk skincare tersebut di campur dengan bahan lainnya atau tidak*".

Alda Laily Azkiyah mengatakan bahwa, "*Belum Karena ditakutkan ada kepalsuan terhadap produk tersebut dan tidak sesuai dengan deskripsi yang di buat oleh penjual*".

Adeilya Nur Ramadhani mengatakan bahwa, "*Tergantung toko nyaa menjual produk palsu atau asli*".

Frisca Indra Rukmana mengatakan bahwa, "*Tergantung biasanya dicantumkan barangnya dan barang asli sudah bpom*".

Rosita mengatakan bahwa, "*Belum, karena masih banyak barang palsu*".

Eva Dwi Mayasari mengatakan bahwa, *“Sudah, karena di toko online shop telah banyak review dari pengguna lain dari video ataupun ulasan dari konsumen”*.

Ilma Laila Zulfarida mengatakan bahwa, *“Mungkin belum, karna terkadang ada beberapa penjual yang tidak menulis deskripsi produk secara detail”*.

Riza Lailatun Novitasari mengatakan bahwa, *“Menurut saya belum, karena diwaktu saya beli kemasan share in jar bahwa toko online shop tidak ada video yang menunjukkan bahwa perpindahan ke kemasan kecilnya tersebut terjamin atau tidak. Meskipun ada videonya menurut saya masih belum terjamin kalau produk tersebut terjamin kualitasnya karena bisa saja wadah tersebut tidak steril”*.

Shofiyatul Hikmah mengatakan bahwa, *“Belum, karena memang tidak ada label yang menunjukkan bahwa produk share in jar tersebut sudah terjamin dari segi kualitasnya dan kebersihannya. Kecuali kalo dari produk skincare memang ada travel kitnya”*.

Rana Octania Diah Harissa Rosyada mengatakan bahwa, *“Agak ragu – ragu tetapi karna harganya terjangkau dibeli”*.

Iis Sholiehah mengatakan bahwa, *“Sudah, asalkan itu ditempat asli online shopnya”*.

Walida A. Nashihah mengatakan bahwa, *“Tergantung storenya, pilih yang sudah terpercaya. Review baik, tidak ada catatan komplain dari customer, kualitas juga baik.”*

Evita Wulandari mengatakan bahwa, *“Iya. Karena terdapat dekskription teks sebelum pelanggan membeli”*.

Putri Ayu Pratiwi mengatakan bahwa, *“Sudah karna banyak testimoniinya”*

Ira Dwi Novianty mengatakan bahwa, *“belum, karena sebagian dari kemasannya masih belum berlabel resmi, baik berupa code barcode, batas kadaluwarsa, kode bpom”*.

Suhaila Ritonga mengatakan bahwa, *“Belum, karena tidak adanya informasi yang jelas di dalam produk share in jar”*.

Elfidha Anastasya D.R mengatakan bahwa, *“belum, karena banyak yang masih belum memberikan informasi yang lengkap mengenai produknya”*.

Khamimatul Hamidah mengatakan bahwa, *“Insyaallah”*.

Nisa'ul Khoiriyah mengatakan bahwa, *“Maybe yes maybe no, because there is no more negative effect for me”*.

Awanda AR mengatakan bahwa, *“Sebenarnya belum, karna informasi kebersihan dan kadaluarsa kita tidak mengetahui”*.

Nurazizah Siagian mengatakan bahwa, *“Ya sudah terjamin, karena saya memang memilih olshop yang sudah terjamin dan jelas kualitas nya dan original”*.

Arifatul Izzah mengatakan bahwa, *“Belum, Karena tidak mengetahui semua informasi”*.

Sayidah Aminatuzzuhriyah mengatakan bahwa, *“Belum, karna skincare tersebut dikelola kembali dan belum tentu ke higienisannya sebab tidak dari pabriknya langsung”*.

Milla Fitri mengatakan bahwa, “*Belum, karena tidak tahu proses pengemasannya*”.

Zaya mengatakan bahwa, “*Belum, tergantung kita pintar dalam memilah produk dan informasi*”.

## **C. PEMBAHASAN**

### **1. Pandangan Konsumen Mengenai Produk *Skincare* Kemasan *Share In Jar* Yang Diperjualbelikan Di *Online Shop***

Penjelasan mengenai paparan data hasil penelitian dari pengumpulan kuisioner yang telah dibagikan kepada 140 mahasiswa, bahwasanya dapat diketahui dari 25 jawaban mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 semester 8 mengenai produk *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar* yang sesuai dengan kriteria penelitian,nn dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori kesimpulan dari bervariasinya pandangan mahasiswa. Adapun kategori dalam hal ini, pandangan mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 semester 8 dapat dibedakan menjadi empat kategori tipe pandangan, mengenai suatu produk *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar*. Tipe ini dapat dikategorikan sebagai berikut, yaitu:

Tipe pertama yaitu pembelian produk *skincare* dalam kemasan *share in jar* tersebut tidak terjamin dari segi kualitasnya. Tipe ini mempunyai alasan dikarenakan dari jawaban mahasiswa mengatakan, mereka tidak mengetahui apakah produk yang diperjualbelikan tersebut benar – benar asli atau telah dicampur dengan bahan lain, dan juga dalam deskripsi penjelasan mengenai kemasan *share in jar* tersebut belum

sepenuhnya diinformasikan secara jelas, sehingga hal ini menjadi sebuah kekurangan dari sesuatu yang harus diketahui oleh pembeli. Seperti dalam pencantuman bukti video pengemasan atau pemindahanpun dilihat dari kebersihan atau sterilitasnya produk juga tidak secara detail diberikan oleh penjual, hal ini menjadikan bahwasanya sebagian mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang sesuai dengan kriteria penelitian mempunyai pandangan bahwa kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop* belum dapat dipastikan kualitasnya, mengingat penjelasan yang diberikan oleh penjual belum sepenuhnya diketahui oleh pembeli. Mengingat kekurangan dari kemasan *share in jar* adalah risiko produk telah dicampur, risiko produk kadaluarsa, jaminan originalitas atau keaslian produk dipertanyakan dan kebersihan produk tersebut diragukan.<sup>79</sup> Dan seperti yang dikatakan oleh shofiyatul mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dari pemaparan kuisisioner yang telah dibagikan, bahwasanya, *kemasan share in jar yang tetap dapat dipastikan dari segi kualitasnya yaitu suatu produk yang mempunyai kemasan trial kit resmi dari produk aslinya.* (Shofiyatul, 23 Mei 2021).

Tipe kedua yaitu produk *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar* sudah terjamin dari segi kualitasnya, hal ini dapat dibuktikan bahwasanya mahasiswa sudah benar memastikan sebelum produk tersebut dibeli, dengan melakukan identifikasi terlebih dahulu. Seperti dari segi informasi yang dipaparkan oleh penjual sudah diinformasikan secara jelas atau detail, penilaian atau rating terhadap toko

---

<sup>79</sup> Ulfah, "7 Kekurangan dan Kelebihan Membeli Produk Share in Jar."

yang dikunjungi atau ulasan dari komentar pembeli dan bertanya terhadap penjual apabila terdapat suatu hal yang ingin dipastikan atau adanya keraguan. Dan pada saat melakukan pembelian sudah berpedoman hal – hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pembelian kemasan *share in jar*, seperti higienis atau kebersihan tidak terkontaminasinya kemasan *share in jar*, keaslian dari produk, tanggal kadaluarsa, penjual yang tepat atau pun pengecekan terhadap kemasan aslinya.<sup>80</sup> Seperti yang dikatakan salah satu Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Malang yang mengatakan, “*Ya sudah terjamin, karena saya memang memilih olshop yang sudah terjamin dan jelas kualitas nya dan original*”. (Nurazizah, 29 Mei 2021).

Tipe ketiga yaitu produk suatu *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop* tersebut dalam kategori jaminan originalitasnya tidak ada, diketahui karena adanya keraguan dalam produk tersebut dan informasi yang diberikan oleh penjual yang masih belum secara detail dipaparkan, namun meskipun ada keraguan dalam kemasan tersebut tetap melakukan pembelian dengan alasan karena pada produk yang diperjualbelikan tersebut terbilang harganya murah. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Rana, Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Malang, bahwasanya “*Agak ragu – ragu tetapi karna harganya terjangkau dibeli*”. (Rana, 23 Mei 2021).

Tipe keempat yaitu kemasan produk yang diperjualbelikan di *online shop* tersebut tidak tidak dipermasalahkan dari segi originalitas produknya, hal ini dikarenakan dengan adanya suatu alasan selama tidak ada pengaruh buruk yang

---

<sup>80</sup> Grup, “5 Hal yang Perlu Diperhatikan Sebelum Membeli Produk Share in Jar.”

menimpa pada saat pemakaian maka kualitasnya tergolong baik, dan begitu sebaliknya, sehingga hal ini tergantung pengaruh yang ditimbulkan Pandangan ini diperoleh seperti yang dijelaskan oleh Nisaul Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Malang yang mengatakan bahwasanya, “*Maybe yes maybe no, because there is no more negative effect for me*”. (Nisaul, 27 Mei 2021).

Adapun perbedaan pandangan yang dipaparkan diatas disebabkan karena adanya perbedaan yang bersangkutan mengenai tempat tiap individu atau mahasiswa melakukan transaksi dalam pembelian, atau dari segi toko yang dikunjungi. Selanjutnya dilihat dari perbedaan pendapat individu dari segi barang yang telah diterima, dengan pencantuman deskripsi mengenai penjelasan produk yang diperjualbelikan oleh penjual, yangmana hal tersebut mempunyai perbedaan dari segi kurang atau telah jelasnya mengenai produk yang dilampirkan. Dapat juga dikarenakan perbedaan pendapat setiap individu, yang mempermasalahkan atau tidaknya produk yang telah dibeli, mengenai apakah produk tersebut benar terjamin atau tidak. Dan juga mengenai pemahaman dari produk kemasan *share in jar* yang memang harus menjadi perhatian utama

## **2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Tidak Dijaminkannya Originalis Produk Dalam Kemasan *Share In Jar***

Mengenai pandangan mahasiswa terkait originalis produk dalam kemasan *share in jar*, bahwasanya dapat diketahui dari keempat tipe tersebut yang sesuai dengan perlindungan konsumen yaitu dalam kategori tipe kedua yaitu terjamin kualitasnya, dimana penjual sudah memberikan informasi yang jelas terhadap barang

yang diperdagangkan dan diimbangi dengan konsumen yang benar – benar memastikan dari produk yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian Seperti yang dijelaskan oleh Dr. Yessica Tania mengenai produk *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar* mengenai aman tidaknya produk *skincare* tersebut pada dasarnya aman – aman saja, asalkan pembeli atau konsumen tersebut sudah memastikan produk yang ada dalam kemasan itu benar – benar asli, dari kemasannya steril atau tidaknya, cara memasukkan *skincare* kedalam kemasannya seperti apa, sudah dipastikan. Sebenarnya setiap riset suatu produk dalam perusahaan itu memperkirakan, bahwasanya pembuatan suatu produk *skincare* tersebut memiliki suatu alasannya, seperti halnya setelah menggunakan volume yang ditentukan misal 100ml baru dapat memperlihatkan hasilnya atau baru memberikan efek pada kulit wajah orang yang memakai, atau tergantung dari efektivitas dan durasi efeknya.<sup>81</sup> Sehingga dalam pembelian kemasan *share in jar* pada dasarnya identik dengan konsumen yang pintar memilah – milah atau mencari suatu informasi terhadap produk yang memang ingin dibeli. Hal ini juga dijelaskan oleh Abel Soebono, ketika melakukan pembelian kemasan *share in jar*, hal utama adalah pembeli harus memastikan dimana penjual harus menjamin kebersihan produk, dari proses memindahkan dan pemilihan kontainernya yang steril, melihat reputasi rating atau review dari marketplace atau toko seller tersebut, memastikan keaslian produk

---

<sup>81</sup> Ini adalah kalimat yang dikutip (Dr. Yessica Tania, 2020:283)

dimana juga dilihat dari tanggal expirednya. Dan apabila keyakinan hal tersebut sudah terjamin, maka dilanjutkan dengan pembelian.<sup>82</sup>

Ditinjau dari perspektif Undang – undang Perlindungan Konsumen yang dijelaskan dalam Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, jual beli suatu produk dalam kemasan *share in jar* termasuk dalam jual beli yang diperbolehkan selama penjual atau pelaku usaha berpedoman atau memperhatikan terhadap undang – undang yang telah berlaku.

Seperti yang dijelaskan dalam pasal 7 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai kewajiban penjual, bahwasanya penjual diharuskan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terhadap kondisi atau jaminan barang, melayani konsumen secara benar dan jujur, menjamin mutu barang yang diperdagangkan, memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba serta memberi jaminan atau garansi terhadap barang yang diperjualbelikan, memberi kompensasi atau ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan, maupun penggantian barang apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>83</sup>

Namun kemasan *share in jar* merupakan suatu kemasan yang mewajibkan pemindahan isi aslinya kedalam wadah yang baru, dimana penerapan dalam memberikan informasi yang jelas terhadap suatu produk yang diperjualbelikan adalah suatu keharusan yang wajib diberikan oleh penjual apalagi pembelian yang

---

<sup>82</sup> Ini adalah kalimat yang dikutip (Abel Soebono,2020:07,31)

<sup>83</sup> Pasal 7 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

dilakukan di suatu situs *online shop*. Kategori pandangan mahasiswa dalam tipe 1,3, dan 4 merupakan suatu kategori jual beli yang dilarang atau perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, dilihat dari persepektif undang – undang perlindungan konsumen, hal ini dikarenakan dari segi informasi yang diberikan oleh penjual yang masih tidak sepenuhnya detail diinformasikan, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 8 ayat 1 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwasanya jual beli yang dilarang itu dikarenakan barang yang diperdagangkan tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan oleh ketentuan peraturan perundang – undangan. Yang mana jual beli kemasan *share in jar* tersebut terdapat suatu pelaku usaha atau penjual yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan dari produk tersebut, dan atau tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat bersih, komposisi aturan pakai tanggal pembuatan ataupun efek samping dan juga menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.<sup>84</sup> Sehingga dapat diketahui perbuatan ini tergolong dilarang dikarenakan dapat menyebabkan unsur ketidakjelasan terhadap produk yang diperjualbelikan, apabila dilihat dari risiko dari kemasan ulang atau *share in jar* itu sendiri yaitu risiko produk sudah digunakan, jaminan keaslian dan kebersihan diragukan, ataupun risiko produk sudah terpakai.

Jaminan originalis produk *skincare* kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop* yang sesuai dengan kategori perlindungan konsumen

---

<sup>84</sup> Pasal 8 ayat 1 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

dari pemaparan diatas yaitu produk yang diperjualbelikan dengan prinsip pelaku usaha memperhatikan dari segi kewajibannya memberikan informasi seperti keaslian produknya, keamanan yang telah dijamin, kebersihan atau sterility wadah yang digunakan pada saat pemindahan, informasi tentang pencantuman video pada saat melaksanakan proses kinerja dari tahap ke tahap maupun mengenai pencantuman expired atau terujinya nomor BPOM yang telah dicantumkan di dalam produk aslinya dan berpotensi terjadinya kontaminasi udara sehingga bakteri dapat masuk dikarenakan pemindahan wadah dari kemasan asli. Dan tipe kedua dari pandangan mahasiswa terhadap produk *skincare* yang diperjualbelikan di *online shop* sudah terjamin dari segi kualitasnya, mengingat kewajiban penjual yang memberikan informasi yang benar dan jelas terhadap barang yang diperjualbelikan. Sehingga jaminan terhadap originalis produk yang diperjualbelikan dalam kemasan *share in jar* haruslah menjadi perhatian utama oleh pelaku usaha untuk memberikan adanya suatu jaminan barang yang dibeli memang benar asli supaya tidak ada keraguan oleh pembeli. Hal ini dikarenakan tujuannya adalah untuk memenuhi hak konsumen seperti yang dijelaskan dalam pasal 4 Undang – undang Perlindungan Konsumen yang meliputi sebagai berikut:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa.

- 2) Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan untuk dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana semestinya.
- 9) Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.<sup>85</sup>

Hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi berupa penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan seperti yang dijelaskan dalam ayat 8, merupakan suatu hak yang harus dipenuhi oleh penjual. Jadi, ketika terjadi transaksi yangmana tidak dijaminkannya suatu produk *skincare* yang

---

<sup>85</sup> Pasal 4 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

dibeli, sesuai dengan pandangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang angkatan 2017 bahwasanya penjual di *online shop* belum sepenuhnya memberikan jaminan. Maka, apabila penjual sudah memberikan penjelasan informasi yang detail terhadap produk yang dipaparkan, namun ketika barang yang diterima tidak sesuai dan tidak menjamin originalis produk tersebut sehingga terjadi suatu efek yang merugikan kepada konsumen, ditinjau dari perspektif Undang – undang Konsumen yang tertuang dalam pasal 19 yaitu:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.<sup>86</sup>

Tidak dijaminkannya originalis produk *skincare* kemasan *share in jar* ini sesuai dengan pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa penjual harus memberikan ganti rugi sesuai dengan pemaparan dalam pasal 19 ayat 1 dan 2, sesuai dengan pemenuhan kewajiban penjual yang berbunyi pelaku usaha diwajibkan untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian sesuai dengan Pasal 7 ayat f dan g.

Ganti rugi ini dapat dilakukan dengan deskripsi penjual memberikan jaminan seperti jaminan atau garansi uang kembali apabila barang yang diterima tidak asli, maupun dapat dilakukan dengan pengembalian barang kepada penjual atau *return* produk tersebut. Sehingga jual beli yang dilakukan menjadi jual beli yang menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen atau pembeli tanpa adanya rasa kekhawatiran terhadap sesama. Hal ini juga dijelaskan dalam pasal 26 yang berbunyi, “Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan atau garansi yang disepakati dan atau yang diperjanjikan”.<sup>87</sup> Sehingga dalam pemaparan

---

<sup>86</sup> Pasal 19 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>87</sup> Pasal 26 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

hal ini, dalam menjualbelikan suatu produk *skincare* apalagi yang dikemas dalam kemasan ulang, penjual juga diwajibkan melakukan pemenuhan atas kewajiban yang harus dilakukan dalam garansi atau jaminan yang harus diberikan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan untuk menjamin adanya suatu kepastian memberikan perlindungan terhadap konsumen dari hal yang merugikan, seperti halnya dalam kegiatan usaha yang melakukan penipuan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Adapun mengenai pemaparan yang telah dijelaskan diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut:

1. Bahwasanya pandangan konsumen mengenai produk *skincare* yang dikemas dalam kemasan *share in jar* yang diperjualbelikan di *online shop* ini diperoleh dari sebanyak 25 mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Malang angkatan 2017 semester 8, yang dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori kesimpulan dari bervariasinya pandangan mahasiswa yaitu pembelian kemasan *share in jar* di *online shop* terjamin kualitasnya, tidak terjamin kualitasnya, ragu – ragu namun tetap melakukan pembelian, dan tidak mempermasalahkan originalitas produknya.
2. Jual beli produk *skincare* kemasan *share in jar* merupakan jual beli yang diperbolehkan selama penjual memperhatikan kewajibannya sebagai pelaku usaha dalam pasal 7 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen, sehingga tidak dijaminkannya originalis produk dalam kemasan *share in jar*, sesuai dengan pasal 19 ayat 1 dan 2 pelaku usaha diwajibkan untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian

apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan apabila tidak sesuai dengan perjanjian sesuai dengan Pasal 7 ayat f dan g dan pemenuhan atas suatu kewajiban dari segi jaminan atau garansi yang telah diberikan atau diperjanjikan sesuai yang dijelaskan dalam pasal 26 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## **B. Saran**

Adapun saran yang penulis yang dapat disampaikan dalam kesimpulan diatas adalah sebagai berikut:

- j. Bagi pembeli utamanya, ketika melakukan pembelian produk *skincare* di *online shop* apalagi dalam kemasan *share in jar*, haruslah benar – benar memperhatikan dan memastikan produk yang ada dalam kemasan itu benar – benar asli, dari kemasannya steril atau tidaknya, cara memasukkan *skincare* kedalam kemasannya seperti apa, higienis atau tidaknya dimana pembeli harus memastikan penjual tersebut menjamin kebersihan produknya (proses memindahkan dan pemilihan kontainernya), melihat reputasi rating atau review dari marketplace atau toko seller tersebut, memastikan spesifikasi produk dimana juga dilihat dari tanggal expirednya, bertanya kepada penjual apabila informasi yang dipaparkan kurang detail atau jelas. Dan apabila keyakinan hal tersebut sudah terjamin, maka dilanjutkan dengan pembelian dengan tanpa ada keraguan.

k. Bagi penjual, bahwa dalam melakukan penjualan di *online shop* haruslah memberikan informasi yang detail, supaya menumbuhkan kepercayaan bagi pembeli. Apalagi penjualan dalam kategori kemasan *share in jar* atau isi ulang, dimana pembeli tidak mengetahui secara langsung dari pengemasan tersebut atau pembelian *online shop* tidak mendatangkannya penjual dan pembeli secara *face to face* atau tatap muka, sehingga dalam hal ini penjual haruslah memberikan secara detail seperti dalam pencantuman video dari proses pemindahan yang steril, higienisnya kebersihan dalam kemasan tersebut dan memberikan jaminan bahwa produk *skincare* yang dijual asli atau apabila terbukti palsu memberikan jaminan uang kembali atau *return* terhadap barang yang dibeli. Sehingga penjual dan pembeli sama – sama tidak dirugikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU - BUKU

- Hartono, Jogiyanto. *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Ed.1. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018.
- Indonesia, Siti Nur Aidah dan Tim Penerbit KBM. *Rahasia Cantik Perempuan Asia*. Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia, 2021.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Rina Nurmalina, Aceng Ridwan Fauzi dan. *Merawat Kulit dan Wajah*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.
- Sugiyono. *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryabrata, Sumadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali, 1987.

### JURNAL

- Sianipar, Anton Zulkarnain. "Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kepuasan Pelayanan Mahasiswa." *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 3, no. 1 (20 Februari 2019): 16–22.
- Rani, Ni Nyoman, dan I. Made Maharta Yasa. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik Dalam Kemasan Kontainer (Share In Jar)." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 6, no. 3 (18 Juli 2019): 1–17.

### WEBSITE

- Adinda. "Kelebihan dan Kekurangan Membeli Produk Kemasan Share in Jar." [Beautyparty.id](http://Beautyparty.id). Diakses 13 April 2021.

<https://beautyparty.id/skincare/kelebihan-dan-kekurangan-membeli-produk-kemasan-share-in-jar>.

Amrillah, Aldy. "Moisturizer Adalah: Pengertian, Fungsi, dan 6 Manfaatnya." *Tedas*, 2 Maret 2020. <https://tedas.id/gaya-hidup/tips/moisturizer-adalah/>.

Tribun Jogja. "BBPOM Yogyakarta : Hati-hati Memilih dan Membeli Produk Kosmetik." *Diakses* 23 Juli 2021. <https://jogja.tribunnews.com/2019/10/22/bbpom-yogyakarta-hati-hati-memilih-dan-membeli-produk-kosmetik>.

Cosmopolitan.co.id. "Perhatikan 4 Hal Ini Sebelum Membeli Produk Share in Jar." *LINE TODAY*, 17 Januari 2020. <https://today.line.me/id/v2/article/DWLzQX>.

Elisabeth. "Skincare Share In Jar, Murah Tetapi Tidak Selamanya Aman." *The Carousel* (blog), 12 Maret 2021. <https://blog.avoskinbeauty.com/skincare-share-in-jar-murah-tetapi-tidak-selamanya-aman/>.

Grup, Allyoung. "5 Hal yang Perlu Diperhatikan Sebelum Membeli Produk Share in Jar." *Allyoung*, 1 Juli 2019. <https://www.allyoung.co.id/blogs/beauty-tips/5-hal-yang-perlu-diperhatikan-sebelum-membeli-produk-share-in-jar>.

Herbalindo, Nose. "Ini Dia Perbedaan Skincare dan Make Up yang Perlu Kamu Ketahui." *Nose Herbalindo*, 30 September 2020. <https://nose.co.id/perbedaan-skincare-dan-make-up>.

Id.thesis.com. "Metode Penelitian Hukum Empiris dan Normatif." *id.thesis.com*, 21 Januari 2013. <https://idtesis.com/metode-penelitian-hukum-empiris-dan-normatif/>.

Ikhsania, Annisa Amalia. "Arti Skincare Serta Manfaat dan Macam-Macamnya, Sudah Tahu?" *SehatQ*, 31 Desember 2020. <https://www.sehatq.com/artikel/arti-skincare-serta-manfaat-dan-macam-macamnya-sudah-tahu>.

Indonesia, CNN. "4 Dasar Skincare Agar Wajah Ternutrisi dengan Tepat." *CNN Indonesia*, 30 Juli 2019. <https://www.cnnindonesia.com/gaya->

hidup/20190729164224-277-416491/4-dasar-skincare-agar-wajah-ternutrisi-dengan-tepat.

Marwan, Irina. "Plus Minus Membeli Produk Kosmetik Share In Jar." *Womantalk*, 11 Juli 2019. <https://womantalk.com/beauty/articles/plus-minus-membeli-produk-kosmetik-share-in-jar-AMJB1>.

Nova. "Seputar Share In Jar." *Pressreader*, 6 Januari 2020. <https://www.pressreader.com/indonesia/nova/20200106/281625307233007>.

Nurhasanah, Hanna Siti. "Apa itu Skincare ? Skincare untuk Pemula." *varminz.com* (blog), 23 Januari 2020. <https://varminz.com/apa-itu-skincare-skincare-untuk-pemula/>.

Oktaviani, Kiki. "5 Tahapan Pakai Skincare yang Tepat, Jangan Salah Urutan." *Wolipop*, 25 September 2019. <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4721587/5-tahapan-pakai-skincare-yang-tepat-jangan-salah-urutan>.

Prabandari, Ayu Isti. "Skincare adalah Perawatan untuk Kulit agar Tetap Sehat, Ketahui Langkahnya." *Merdeka.com*, 28 Februari 2021. <https://www.merdeka.com/jateng/skincare-adalah-perawatan-untuk-kulit-agar-tetap-sehat-ketahui-langkahnya-klm.html>.

Pramita, Eka Wahyu. "Waspada Skin Care Palsu, Kenali Ciri-cirinya." *Jurnas.com*, 10 Desember 2018. <http://www.jurnas.com/artikel/45131/Waspada-Skin-Care-Palsu-Kenali-Ciri-cirinya/>.

Pratama, Cahya Dicky. "Hakikat Perlindungan Hukum dan Penegakan Hukum." *Kompas.com*, 17 Desember 2020. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/17/145445369/hakikat-perlindungan-hukum-dan-penegakan-hukum>.

Putra. "Pengertian Data : Fungsi, Sumber, Jenis Jenis Data dan Contohnya." *Salamadian* (blog), 1 Februari 2020. <https://salamadian.com/pengertian-data/>.

Putri, Ayuningtyas Juliana. "5 Kelebihan Membeli Produk Share in Jar, Lebih Murah & Bisa Coba-coba!" *IDN Times*. Diakses 8 April 2021.

<https://www.idntimes.com/life/women/ayuningtyas-juliana-putri-1/kelebihan-membeli-produk-share-in-jar>.

Ratnasari, Nurdwi. "Lagi Hits Bisnis Kecantikan Share In Jar Untuk Anda Yang Punya Modal Kecil." *Uang Online* (blog), 13 Juni 2018. <https://uangonline.com/lagi-hits-bisnis-kecantikan-share-in-jar-untuk-anda-yang-punya-modal-kecil/>.

Supendi, Deni. "Bahaya Skin Care Palsu Ini Perlu Diwaspadai." *Harapan Rakyat Online* (blog), 2 April 2020. <https://www.harapanrakyat.com/2020/04/bahaya-skin-care-palsu/>.

Tarigan, Mitra. "25 Persen Orang Indonesia Pernah Tertipu Saat Belanja Online." *Tempo*, 28 Juni 2018. <https://gaya.tempo.co/read/1101682/25-persen-orang-indonesia-pernah-tertipu-saat-belanja-online>.

Tiaranab.com. "[Tips] Apa itu Skincare? | Apa kegunaan & mengapa skincare itu penting?" Tiaranab, 17 April 2020. <https://www.tiaranab.com/2020/04/Apa-itu-skincare.html>.

Ulfah, Sarrah. "7 Kekurangan dan Kelebihan Membeli Produk Share in Jar." *Popmama*, 16 Juni 2020. <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/sarrah-ulfah-1/kekurangan-dan-kelebihan-membeli-produk-dalam-share-in-jar>.

## **HASIL PENELITIAN**

Sari, Intan Puspita. "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetika Share In Jar Yang Tidak Memiliki Izin Edar." Under Graduates Thesis, Universitas Negeri Semarang, 2020. <http://lib.unnes.ac.id/>.

Setiawati, Sandra. "Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Sistem Share In Jar Di Toko Online Lilpawscorner Salatiga Perspektif Hukum Islam Dan Uu No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." Unspecified. IAIN Salatiga, 2020. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9820/>.

- Rahma, Alfiyyah. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Some By Mi Toner Dengan Sistem Share In Jar (Studi Kasus Di Toko Online Instagram @Mooi.Moly).” Undergraduate, UIN Raden Intan Lampung, 2020. <http://repository.radenintan.ac.id/10998/>.
- Lestari, Dita Dwi. “Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto.” Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8663/>.
- Bidari, Diah Ayu Retno. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Share In Jar Dalam Pemasaran Kosmetik (Studi Kasus Produk Nature Republic Aloe Vera Di Khoyiir Store Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung).” Undergraduate. IAIN Tulungagung, 9 Februari 2021. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18441/>.

## **PERUNDANG – UNDANGAN**

Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

## LAMPIRAN



21.18 [Navigation icons] [Signal strength] [HD] [50%]

docs.google.com/forms [3] [Menu]

### KUESIONER PENELITIAN : Tanggapan Mengenai Produk Skincare Kemasan Share In Jar

Assalamu'alaikum wr.wb.  
Perkenalkan saya Ismiatul Qomariyah  
Mahasiswa Universitas Islam Negeri  
Maulana Malik Ibrahim Malang, Program  
Studi Hukum Ekonomi Syariah.  
Sehubungan dengan adanya tugas akhir  
skripsi yang bertujuan untuk memenuhi  
studi, disini saya memohon bantuan dan  
kesediaan teman - teman meluangkan  
waktu mengisi kuisisioner dibawah ini.  
Atas kesediaannya, saya ucapkan  
terimakasih.

Semoga segala urusan dipermudah oleh  
Alloh SWT.

Gambar 1. Form Kuisisioner Mengenai Produk Skincare Kemasan Share In Jar

<https://forms.gle/qfQUpMsZDyPwjFmKA>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ismiatul Qomariyah Syamu  
Tempat/Tgl Lahir : Trenggalek, 03 Februari 1999  
Alamat : Dusun Gebang, Desa Ngadirejo,  
Kecamatan Pogalan, Kabupaten  
Trenggalek, RT. 37, RW 14  
Email : [ismiatulqs@gmail.com](mailto:ismiatulqs@gmail.com)  
Telepon : 085299084325

### Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Nama Instansi	Tahun
1	TK	TK Dharma Wanita	2004-2005
2	SD/MI	SDN 3 Ngadirejo	2005-2011
3	SMP/MTS	MTsN Bandung	2011-2014
4	SMA/MA	SMAN 1 Durenan	2014-2017
5	S1	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	2017-2021